

Alojamento rural e a sua procura nos Açores

Dissertação de Mestrado

Válter Manuel Tavares Moreira Câmara

Mestrado em

Ciências Económicas e Empresariais



Alojamento rural e a sua procura nos Açores

Dissertação de Mestrado

Válter Manuel Tavares Moreira Câmara

Orientadores

Prof.^a Doutora Ana Isabel Damião de Serpa Arruda Moniz

Prof. Doutor Armando Brito Mendes

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Marketing



Resumo

O destino “Azores” é cada vez mais procurado, não só pela abertura do espaço aéreo a companhias de baixo custo, mas também pelas características paisagísticas, simpatia e acolhimento dos habitantes das nove ilhas.

Este trabalho tem como objetivo, por um lado, caracterizar a procura nas unidades de turismo em espaço rural com o intuito de conhecer o perfil destes turistas e, por outro, descobrir quais os aspetos que são mais valorizados na escolha desta tipologia de alojamento.

Pretende-se igualmente avaliar as perceções dos turistas quanto à qualidade do alojamento, atividades ao ar livre, impacto ambiental, e tratamento personalizado. Apura, ainda, o grau de satisfação obtido em relação à estadia no TER e em relação à experiência global de visita no destino.

Sendo os Açores uma região turística que está na fase de crescimento, importa desenvolver estratégias de ajustamento da oferta à procura turística, desenvolvendo produtos que permitam maximizar a qualidade da experiência do consumidor e a respetiva satisfação com a visita, tendo em conta a sustentabilidade do destino.

O destino de sucesso será aquele que conseguir desenvolver produtos turísticos à medida das preferências de determinados segmentos de mercado e comunicá-los adequadamente através de campanhas de marketing dirigidas para esses alvos.

Palavras-Chave: Turismo em Espaço Rural, Alojamento Turístico, Perfil do Turista, Satisfação com a Estadia, Satisfação com a Visita.

Abstract

The destination "Azores" is increasingly wanted, not only because of the opening of airspace to low cost airlines, but also for the landscape characteristics, friendliness and hospitality of the habitants of the nine islands.

First of all, the objective of this work is to characterize the demand of tourism units in rural areas in order to know the profile of these tourists, and after to discover which aspects are most valued in the choices of this type of accommodation. It also intends to evaluate the perceptions of the tourists regarding the quality of the accommodation, outdoor activities, environmental impact, and personalized treatment. It also assesses the degree of satisfaction obtained in relation to the accommodation and in relation of the experience of visiting the destination.

Azores are in a growth phase related to tourism, it is important to develop strategies to adjust our offer to the levels of tourism demand, developing products that maximize the quality of the consumer experience, considering the sustainability of the destination.

On the way to success, we need to develop tourist products tailored to the preferences of certain market segments and communicate them appropriately through targeted marketing campaigns for these targets.

Key words: Tourism in Rural Area, Tourist Accommodation, Tourist Profile, Satisfaction with Stay, Satisfaction with Visit.

Dedicatória

“Não é o trabalho, mas o saber trabalhar, que é o segredo do êxito no trabalho.”

(Fernando Pessoa)

À minha mãe Angelina Tavares

À minha namorada Tânia Brum

Aos meus irmãos, primos e madrinha.

Agradecimentos

Em primeiro lugar gostaria de agradecer à Professora Doutora Ana Isabel Damião de Serpa Moniz, orientadora de todo o trabalho aqui demonstrado. Sou muito grato pela disponibilidade demonstrada no decorrer do processo e por toda a motivação que me forneceu e pelo seu apoio. Também agradeço ao Professor Armando Mendes pela sua ajuda e por todos os seus conhecimentos que acabaram por contribuir para a conclusão da dissertação.

Gostaria ainda de deixar os meus agradecimentos a todos os professores que fizeram parte do meu percurso escolar, por todos os conhecimentos facultados e por terem tornado este sonho possível.

Além disto, também quero gratificar todos os estabelecimentos turísticos que colaboraram na recolha de inquéritos e por outras informações facultadas para este estudo.

Não poderia deixar de reconhecer e agradecer à minha mãe que sempre foi o meu “pilar” durante toda a minha vida e especialmente ao longo de todo este trabalho. Ainda mais agradeço à minha namorada por todo o apoio que me facultou, por toda a paciência e pela motivação que me forneceu desde o início desta dissertação.

Índice

Resumo	3
Abstract	4
Dedicatória	5
Agradecimentos	6
Índice	7
Lista de Tabelas	11
Lista de Figuras	12
Lista de Abreviaturas	14
Capítulo I - Introdução e Contextualização	15
1.1 – Enquadramento Geral	15
1.2 - Objetivos da Investigação	16
1.3 - Estrutura da Dissertação	17
1.4 - Propósito de investigação.....	17
Capítulo II - Revisão de Literatura	18

2.1 – A Evolução do Turismo Rural no Mundo	18
2.2 – Pegada Ambiental	19
2.3 - Impacto Económico	19
2.3.1 – Capacidade, Proveitos e Dormidas	20
2.3.2 – Sustentabilidade	23
2.4 - Marketing	24
2.4.1 – Ações Ambientalistas	25
2.4.2 – Ferramentas Verdes	26
2.4.3 – Análise SWOT.....	27
2.5 - Qualidade do Turismo Rural	29
2.6 - Turismo Rural nas regiões mais próximas	30
2.6.1 – O Caso da Madeira	30
2.6.2 – O Caso de Espanha	31
2.6.3 – O caso de França	32
2.7 - Incentivos para o crescimento do Turismo Rural.....	32

2.8 - Açores mais “perto”	32
Capítulo III - Recolha de Dados	36
3.1 – Método Utilizado	36
3.2 – Público – Alvo	36
3.3 – Construção Questionário.....	37
Capítulo IV - Resultados e Interpretações	38
4.1 – Caracterização da Amostra	38
4.2 - Análise de Dados	41
4.3 - Análise Estatística	51
4.4 - Análise Estatística Através das “Árvores de Decisão”.....	55
Capítulo V - Conclusões	58
Capítulo VI – Anexos	59
6.1 – Questionário em Português.....	59

6.2 - Questionário em Inglês.....	63
6.3 - Estatística SREA 2014/2015	67
6.4 - Estatística SREA 2015/2016	69
6.5 - Estatística SREA 2016/2017	72
6.6 - Evolução Atividade Turística no TER (2003 – 3014).....	75

Referências Bibliográficas.....	80
--	-----------

Lista de Tabelas

Tabela 1. Capacidade de Alojamentos	20
Tabela 2. Dormidas por Ilha	21
Tabela 3. Proveitos e Custos	22
Tabela 4. Dormidas por País de Residência	23
Tabela 5. Número de passageiros.....	33
Tabela 6. Hóspedes.....	34
Tabela 7. Dormidas.....	35
Tabela 8. Análise estatística - Tabela de Referência Cruzada	52
Tabela 9. Análise estatística - Tabela de Referência Cruzada “Motivo da Viagem X Número de viagens por ano”.....	53
Tabela 10. Análise estatística - Tabela de Referência Cruzada “Idade X Rendimento dos Inquiridos”.....	53
Tabela 11. Análise estatística - Tabela de Referência Cruzada “Rendimento X Género dos Inquiridos”	54

Lista de Figuras

Figura 1. Estrutura da Dissertação	17
Figura 2. Caracterização de amostra recolhida por “Faixa Etária”	38
Figura 3. Caracterização de amostra recolhida por “Género”	39
Figura 4. Caracterização de amostra recolhida por “Rendimento Mensal”	40
Figura 5. Caracterização de amostra recolhida por “Número de Viagens Realizadas por Ano”	41
Figura 6. Caracterização de amostra recolhida por “Motivo da viagem”	42
Figura 7. Caracterização de amostra recolhida por “Transporte Utilizado Durante a Estadia”	42
Figura 8. Caracterização de amostra recolhida por “Com Quem Viaja”	43
Figura 9. Caracterização de amostra recolhida por “Atividades turísticas no meio rural”	44
Figura 10. Caracterização de amostra recolhida por “O que mais valoriza num alojamento”	45
Figura 11. Caracterização de amostra recolhida por “Atividades de Ar Livre”	46

Figura 12. Caracterização de amostra recolhida por “Impacto Ambiental”	47
Figura 13. Caracterização de amostra recolhida por “Grau de satisfação após estadia”.	48
Figura 14. Caracterização de amostra recolhida por “Tratamento Diferenciado”	48
Figura 15. Caracterização de amostra recolhida por “Contato direto com locais”	49
Figura 16. Caracterização de amostra recolhida por “Qualidade do alojamento local em que passou férias”	50
Figura 17. Caracterização de amostra recolhida por “Toda a experiência da viagem”.	51
Figura 18. Árvore de decisão “motivo agregado”	55
Figura 19. Árvore de decisão “transporte agregado”	56
Figura 20. Árvore de decisão “companhia agregado”	57

Lista de Abreviaturas

TER - Turismo em Espaço Rural

SREA – Serviço Regional de Estatística dos Açores

RAA – Região Autónoma dos Açores

TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação

PET – Pequenas Empresas de Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

SWOT – Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças

MO – Orientação de Marketing

INE – Instituto Nacional de Estatística

UE – União Europeia

SDEA – Sociedade para o Desenvolvimento Empresarial dos Açores

CAPÍTULO I – Introdução

1.1– Enquadramento geral

O turismo rural tem como por base a utilização de um espaço fora da urbanização ou pelo menos que se enquadre num ambiente verde com características paisagísticas únicas, permitindo aos alojados uma experiência diferenciada em campos verdes (Zhou, L. 2014). De qualquer modo há autores que definem o turismo em espaço rural (TER) como uma alternativa ao turismo de massas em zonas urbanas ou apenas como um alojamento com inserido na natureza (Eusébio, C., Kastenholtz, E., e Breda, Z. 2014). Estes espaços ainda estão também associados a uma perspetiva de tranquilidade, relaxamento, qualidade gastronómica e descanso dos típicos dias nas grandes cidades, mas também ao ponto de vista em que a motivação da procura surge pelo fator cultural, paisagístico, de aprendizagem e ainda pela participação em atividades no exterior. (Pesonen, J., e Komppula, R. 2010). São todas estas características e da inserção no meio ambiente que fazem com que a procura destes alojamentos tenha vindo a aumentar desde há vinte anos atrás. (Ban, J., e Ramsaran, R. R. 2017). Assim sendo, a região interior tem sido palco de grandes alterações socioeconómicas, ou seja, o meio rural apenas era destinado à agricultura, mas este aumento da procura por um destino com características campestres faz com que haja interesse na sua exploração por parte dos proprietários. (Eusébio, C., Carneiro, M. J., Kastenholtz, E., Figueiredo, E., e Silva, D. S. 2017). Vários estudos apontam que consumidores de serviços do TER já tiveram experiências na sua infância em meios rurais (Pesonen, J., e Komppula, R. 2010).

De acordo com o Instituto Nacional de Estatística (INE), os alojamentos para serem caracterizados oficialmente como arquiteturas rurais, têm que cumprir apenas três requisitos entre os quais, a inserção num meio ambiente rural, uma arquitetura típica da área em questão e têm que oferecer um número de quartos tendo em conta um número limite de hóspedes. (Guzman-Parra, V. F., Quintana-García, C., Benavides-Velasco, C. A., e Vila-Oblitas, J. R. 2015).

1.2- Objetivos da investigação

Introduzido o tema e após todo o enquadramento, é tido como objetivos de investigação compreender no ponto de vista da procura:

1. Quais as principais razões pelos viajantes optarem por alojamentos rurais;
2. De forma concreta, apurar as características mais valorizadas pela procura;
3. Visando o carácter exploratório, é proposto restringir de melhor forma o público-alvo que opta por estes locais para pernoitar;
4. Perceber se o turista, que frequenta um destino como os Açores, é influenciado por boas práticas ambientais, tendo em conta todos os motivos envolventes a esta questão;
5. Determinar o grau de importância que a natureza tem para a escolha de unidades hoteleiras desta categoria;
6. Pretende-se de igual modo, avaliar o grau de satisfação do cliente no final da estadia e tendo em conta a sua experiência global durante a estadia;

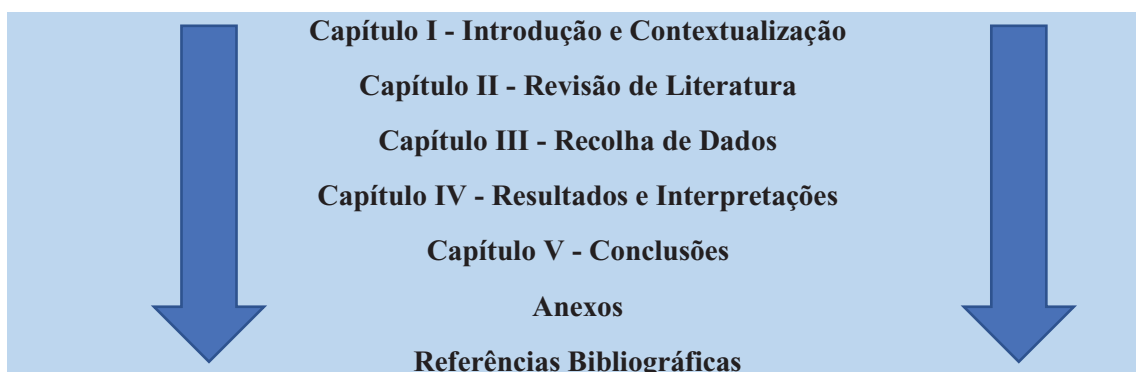
7. Perceber que tipo de público (Famílias, casais, amigos, etc...) opta mais usualmente por alojamentos rurais;

8. Apurar os níveis de condições a que os turistas foram acomodados, tendo em conta aspetos tais como: A climatização, toda a limpeza do espaço, níveis sonoros, a área envolvente, etc.

1.3- Estrutura da dissertação

Este trabalho encontra-se dividido em fases, enunciadas por capítulos:

Figura 1. Estrutura da Dissertação.



1.4 – Propósito de investigação

Nesta análise, serviu como principal motivação a falta de informação sobre este segmento de mercado, tendo em conta o seu atual crescimento na Região Autónoma dos Açores.

Com o intuito de aumentar os conhecimentos sobre o assunto e para dar início à tentativa de criação de uma empresa no ramo, deu-se então início ao trabalho, começando pela pesquisa e investigação.

Capítulo II - Revisão de Literatura

2.1 - A Evolução do Turismo Rural no Mundo

O TER tem vindo a demonstrar um crescimento por todo o mundo. São vários os países que demonstram preocupação e interesse sobre o assunto com o intuito de que haja mais desenvolvimento nas zonas rurais, conseqüentemente valorizando o seu território (Rid, W., Ezeuduji, I. O., e Pröbstl-Haider, U. 2014). É a oportunidade perfeita que os turistas tanto procuram para relaxar, aproveitar o espaço livre e descansar um pouco de todo o movimento que estão habituados em espaço urbano, completamente cercado por paredes de betão (Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Eusébio, C., e Figueiredo, E. 2013). Assim sendo, uma rede de contatos ganha uma certa importância no crescimento sustentável contribuindo para uma colaboração entre todos os agentes envolventes no mercado, desde apenas indivíduos até às próprias organizações (Jesus, C., e Franco, M. 2016).

Apesar de que este tipo de alojamento é ainda visto como uma economia em pequena escala servindo apenas como alternativa ao turismo de massas (Zhou, L. 2014). Além disso, em grande parte podemos verificar que muitos dos gestores de alojamentos rurais são agricultores que pretendem uma receita extra para combater a pobreza, arrendando os seus edifícios ou parte dos mesmos (Peña, A. I., Jamilena, D. M., e Molina, M. A. 2012).

Com as tecnologias cada vez mais presentes no dia-a-dia do ser humano, a presença “online” de um estabelecimento torna-se vital para o sucesso e para o crescimento económico do negócio (Zhou, L. 2014). Contudo, surge-nos uma barreira, ou seja, é

necessário formar pessoas com baixas qualificações que detêm imóveis, para que consigam chegar àqueles que as procuram.

2.2 – Pegada Ambiental

Com o desenvolvimento da indústria do turismo de massas torna-se evidente a crescente poluição ou destruição dos mesmos espaços que antes não estavam expostos a tais ameaças proporcionalmente e que agora necessitam de certos cuidados extras para a sua manutenção (Chin, C. H., Chin, C. L., e Wong, W. P. 2018). Em contrapartida, a pegada ambiental que surge no meio rural é muito mais reduzida quando comparada com os alojamentos turísticos urbanos.

Havendo aspetos positivos e negativos, cabe aos residentes decidir se haverão de apoiar e contribuir para um desenvolvimento do turismo na área da sua residência ou se simplesmente serão contra a progressão do mesmo. Para que haja sustentabilidade do sector, é de extrema importância o “papel” da comunidade residente. (Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., e Ramayah, T. 2017).

2.3 - Impacto Económico

É notório todo o impacto positivo na economia local proporcionada pelo alojamento em espaço rural. No entanto, são necessários dados estatísticos para comprovar e analisar com mais precisão toda a estrutura. Assim sendo, no SREA foram obtidos vários indicadores económicos que foram de enorme importância e relevância para o trabalho.

2.3.1 - Capacidade, Proveitos e Dormidas

É de extrema importância, não só ter em conta a capacidade dos alojamentos em espaço rural e a sua taxa de ocupação, mas também os benefícios para a economia regional.

Tabela 1. Capacidade de Alojamentos

R.A.A.		Nº Estabelecimentos, Capacidade de Alojamento, Taxa de Ocupação-cama, no Turismo em Espaço Rural											
		JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Número de Estabelecimentos em Ativo	2017	95	95	98	103	107	109	110	110	110	107	101	98
	2018	102	102	105	108	111	112						
Número de Camas	2017	940	940	986	1 040	1 065	1 080	1 088	1 098	1 098	1 085	1 015	973
	2018	1 025	1 025	1 059	1 089	1 111	1 119						
Número de Estabelecimentos	2017	71	70	70	74	73	76	80	78	76	74	68	66
	2018	79	77	77	80	79	73						
Número de Camas	2017	758	755	758	796	780	805	829	827	807	796	744	705
	2018	868	829	819	837	825	753						
Taxa de Ocupação de Camas	2017	2,9	3,3	4,0	18,5	18,7	29,6	44,2	48,8	30,5	13,4	3,3	2,6
	2018	2,5	2,3	5,7	12,5	21,2	33,3						

Fonte: SREA, 2018.

Apesar do número de estabelecimentos, verificados entre 2017 e 2018, não ter tido grandes alterações, é de realçar o seu contínuo crescimento. É possível também verificar o aumento do número de camas e da taxa de ocupação nos meses mais quentes.

Tabela 2. Dormidas por Ilha

R.A.A.	Dormidas por Ilha, no Turismo em Espaço Rural													
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Acum.	
Açores	2017	683	699	938	4 408	4 512	7 138	11 360	12 506	7 395	3 316	730	576	18 378
	2018	680	536	1 442	3 142	5 428	7 523							18 751
Santa Maria	2017	16	-	-	12	39	16	180	357	169	45	-	-	83
	2018	6	15	13	37	16	19							106
São Miguel	2017	389	394	527	2 569	1 449	2 954	3 763	3 568	2 450	1 288	264	247	8 282
	2018	424	331	739	1 799	2 727	3 730							9 750
Terceira	2017	71	90	122	301	423	718	1 265	1 812	838	316	183	138	1 725
	2018	76	64	250	270	663	785							2 108
Graciosa	2017	37	21	38	30	56	159	297	311	79	56	50	19	341
	2018	43	15	38	35	20	81							232
São Jorge	2017	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2018	-	-	89	38	39	117							283
Pico	2017	99	47	95	939	686	1 562	3 101	3 071	1 493	380	73	103	3 428
	2018	92	39	214	583	1 075	1 430							3 433
Faial	2017	71	147	156	557	871	1 278	2 253	2 936	1 702	669	160	69	3 080
	2018	39	72	99	380	888	1 361							2 839
Flores	2017	-	-	-	-	988	451	501	451	664	562	-	-	1 439
	2018	-	-	-	-	-	-							-
Corvo	2017
	2018

Fonte: SREA, 2018.

.. - Fenómeno não existente.

É em São Miguel que há um maior número de dormidas totalizando as 8 282 em 2017 e torna-se evidente o crescimento e o impacto económico se equipararmos os resultados de 2017 para os resultados até junho de 2018 que já ultrapassaram em muito o total do ano anterior, ou seja, verifica-se e prevê-se um crescimento muito acima do que foi registado anteriormente.

Tabela 3. Proveitos e Custos

R.A.A. Pessoal ao Serviço, Proveitos Totais, Proveitos de Aposento, Custos c/ Pessoal, no Turismo em Espaço Rural														
		JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Acum
Pessoal ao Serviço	2017	74	80	79	88	100	115	118	112	106	98	66	62	
	2018	81	106	83	88	101	98							
Proveitos Totais	2017	25 581	44 510	34 191	119 122	171 002	345 289	524 979	568 384	336 400	123 837	29 708	21 322	739 695
	2018	26 802	19 895	47 761	108 251	213 283	278 014							694 006
Proveitos Aposento	2017	25 581	24 514	29 894	113 479	166 426	317 956	500 101	542 111	304 369	111 919	27 788	18 453	677 850
	2018	26 802	19 895	47 761	108 001	208 949	271 647							683 055
Custos Pessoal	2017	15 769	20 410	18 950	30 074	37 112	55 530	50 787	48 152	48 469	45 588	26 369	14 870	177 845
	2018	26 546	26 589	22 794	31 959	42 255	43 087							193 230

Fonte: SREA, 2018.

O mesmo foi verificado em relação aos proveitos das dormidas, é claramente notório o crescimento nas receitas que em junho de 2018 já quase ultrapassam o total do ano anterior. Isto significa que a área em questão será cada vez mais relevante para a nossa economia, visto que está a atingir números muito mais elevados do que o esperado.

Em contrapartida e estando em co-relação, os custos com o pessoal também aumentam de forma mais ou menos proporcional, tendo em conta o nr de dormidas.

Tabela 4. Dormidas por País de Residência

R.A.A.		Dormidas segundo os Países de Residência, no Turismo em Espaço Rural												
		JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Acum
Açores	2017	683	699	938	4 408	4 512	7 138	11 360	12 723	7 450	3 316	730	576	18 378
	2018	680	536	1 442	3 142	5 428	7 523							18 751
Portugal	2017	174	143	330	1 642	811	1 569	1 822	2 874	1 562	702	318	281	4 669
	2018	191	186	444	512	629	902							2 864
Portugueses	2017	174	143	330	1 597	804	1 569	1 820	2 853	1 553	693	318	281	4 617
	2018	191	186	444	482	629	895							2 827
Estrangeiros	2017	-	-	-	45	7	-	2	21	9	9	-	-	52
	2018	-	-	-	30	-	7							37
Estrangeiro	2017	509	556	608	2 766	3 701	5 569	9 538	9 849	5 888	2 614	412	295	13 709
	2018	489	350	998	2 630	4 799	6 621							15 887

Fonte: SREA, 2018.

Em relação ao elevado número de dormidas por países de residência, no turismo em espaço rural, estão incluídos na lista pátrias como a Alemanha, Áustria, Bélgica, Brasil, Canadá, Espanha, Estados Unidos da América, França, Holanda, Itália, Reino Unido, Suíça, Países Nórdicos, Dinamarca, Finlândia, Noruega, Suécia, entre outros... São cada vez mais os países que procuram os Açores como um destino de férias tendo em conta o gráfico fornecido pelo SREA.

2.3.2 - Sustentabilidade

A sustentabilidade pode ser medida em vários aspetos, como culturais, económicos, sociais, entre outros. Não deverá ser equiparada ao desenvolvimento, pois há mais indicadores importantes que têm que ser examinados quando nos referimos à sustentabilidade (Mendonça, C. A. 2015).

Em termos económicos: A boa receção e a integração das famílias acolhidas em alojamentos rurais na comunidade acabam muitas vezes não só por trazer rendimentos inerentes ao aluguer do estabelecimento, como fomentam potenciais investidores para o ramo imobiliário na área rural (Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Eusébio, C., e Figueiredo, E. 2013).

Aspetos culturais: As pessoas procuram locais com história, com costumes únicos, casas antigas e tradições características da localidade (Silva, L. 2007).

Sustentabilidade social: O crescimento verificado na economia leva a que haja uma maior taxa de criação de emprego para a comunidade, beneficiando assim os locais. (Rid, W., Ezeuduji, I. O., e Pröbstl-Haider, U. 2014).

Sustentabilidade Ambiental: É o fator que mais atenção tem tido e é defendida para que seja priorizada, sabendo que conseqüentemente no futuro acaba por afetar positivamente a sustentabilidade económica (Chin, C. H., Chin, C. L., e Wong, W. P. 2018).

2.4 - Marketing

É através de estratégias de marketing que é possível dar notoriedade ao serviço de uma forma mais eficaz, com o intuito de ativar os 5 sentidos do ser humano, para que potenciais clientes reconheçam a marca ou organização (Agapito, D. L. 2013). Com o

avanço das tecnologias, a presença *online* é dada como uma obrigação para o sucesso e para a sustentabilidade económica do mesmo (Zhou, L. 2014).

É de extrema importância toda a comunicação transmitida por TIC para o público-alvo, contudo é nas imagens que potenciais clientes têm uma forte perspetiva do que é oferecido pelo TER, assim sendo, é muito relevante conseguir transmitir e exprimir o que o destino tem para oferecer, além do espaço rural em si (Zhou, L. 2014).

Há também quem defenda uma estratégia de MO, afirmando que contribui para o desenvolvimento do turismo, isto é, uma aposta na tentativa de previsão do futuro, estudando vários indicadores com o intuito de preparar as instalações para corresponder às necessidades que são e vão sendo requeridas ao longo do tempo. (Peña, A. I., Jamilena, D. M., e Molina, M. A. 2012).

2.4.1 – Ações Ambientalistas

Ações ambientalistas surgem neste meio como um chave fulcral ao ir contra o que acontece no desenvolvimento do turismo em larga escala dos centros urbanos. O consumo exagerado de recursos naturais não renováveis e a degradação do meio ambiente induzem a alterações climáticas no planeta (Chin, C. H., Chin, C. L., e Wong, W. P. 2018). Em contrapartida o TER rege-se por levar a cabo movimentos ambientalistas, agriculturas biológicas, reutilização de recursos, entre outros.

2.4.2 – Ferramentas Verdes

Marketing “verde” é definido como um processo que visa desenvolver produtos ou serviços, divulgando-os de uma forma em que o impacto ambiental seja o mais reduzido possível (Chin, C. H., Chin, C. L., e Wong, W. P. 2018).

Neste processo é necessário ter em conta a criação de um rótulo ecológico, a divulgação de uma marca ecológica e uma propaganda ambiental. (Chin, C. H., Chin, C. L., e Wong, W. P. 2018). Desta forma, surge-nos uma perspetiva cultural conceptualizando o efeito MO, ou melhor, é a orientação do trabalho realizado de antemão para a criação de valor ou para que o serviço seja entregue ao consumidor com um valor acrescentado (Peña, A. I., Jamilena, D. M., e Molina, M. A. 2012).

1. Ecoturismo: Torna-se a palavra-chave que não só está associada ao relaxamento, mas também à aprendizagem, à cultura, às tradições e respeito pela natureza (Ban, J., e Ramsaran, R. R. 2017).
2. Construção Ambiental: É afirmado como uma base essencial para a qualidade do serviço, que visa proporcionar todos os requisitos para um desenvolvimento sustentável e sendo um fator crucial na determinação de um destino (Chin, C., e Lo, M. 2017).

2.4.3 – Análise SWOT

A análise SWOT é dividida em quatro aspetos, sendo estes, os pontos fortes, os pontos fracos, as oportunidades e as ameaças. No entanto, os dois primeiros aspetos atuam no campo interno e por sua vez os dois últimos já fazem referência ao campo externo. Tendo em conta este modelo e com base em toda a informação de recolha bibliográfica, podemos partir para análise.

1. Pontos Fortes:

- Valores fortes;
- Pegada Ambiental;
- Espaços Verdes;
- Recursos Naturais;
- Qualidade de serviços;
- Gastronomia.

2. Pontos Fracos:

- Por sua maioria os alojamentos precisam de obras;
- Pouca notoriedade;

- Baixa cota de mercado;
- Reduzida utilização de novas tecnologias.

3. Oportunidades:

- Financiamento através de apoios do estado;
- Paisagens naturais únicas;
- Interesse mundial pela conservação do meio ambiente;
- Prática de desportos Radicais.

4. Ameaças:

- Elevada Taxa de Desemprego;
- Elevada Distância de um Aeroporto;
- Concorrência indireta com menores preços;
- Poluição;
- Fogos florestais.

2.5 - Qualidade do Turismo Rural

A qualidade é o “*core*” da estratégia utilizada para ganhar “terreno” à concorrência (Río-Rama, M. C., Álvarez-García, J., e Simonetti, B. 2017). É no espaço rural que surge vários nichos de atividades, como exemplo o ecoturismo, trilhos, aventuras no mato, inúmeros desportos, entre outros, que resultam numa diversidade enorme, proporcionando experiências únicas para quem as vivencia e consequentemente um aumento de qualidade de vida (Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., e Loureiro, S. 2018). Além disso, é também no tratamento diferenciado que é atribuído um grande valor por parte de quem procura alojamento em espaço rural, fomentando uma relação entre todos os intervenientes (Río-Rama, M. C., Álvarez-García, J., e Simonetti, B. 2017). Outro dos aspectos que conduzem muitos habitantes dos grandes centros urbanos a ir ao interior do país é pela sua gastronomia claramente diferenciada e apreciada por uma grande parte da população portuguesa e estrangeira (Silva, L. 2007).

Por outro ponto de vista, vários responsáveis e gerentes de PET descrevem a qualidade dos alojamentos turísticos em espaço rural sempre tendo em conta quatro grandes fatores. Começando pelo espaço verde em que os alojamentos são inseridos e por toda a natureza envolvente, já por outro lado, evidenciam todo o apoio e inserção d espaço na comunidade rural. Num terceiro ponto, os proprietários referem os enormes recursos naturais fornecidos naquele ambiente e por último, afirmam haver um sentimento de lar e não apenas um local para residir durante uma certa data (Lai, P., Morrison-Saunders, A., e Grimstad, S. 2017).

Contudo, é de sabedoria mútua que a qualidade do serviço foi sempre considerada crucial em vários aspectos como a satisfação do cliente, mas principalmente para utilizar como uma vantagem competitiva. (Ban, J., e Ramsaran, R. R. 2017).

Se há quem tenha um papel muito importante em relação à qualidade do serviço prestado, são os habitantes locais que conseguem obter uma grande influência neste campo (Figueiredo, E., Kastenholz, E., e Pinho, C. 2014).

2.6 - Turismo Rural nas regiões mais próximas

O mercado global revela um aumento da procura por umas férias em locais únicos, permitindo realização de experiências diferenciadas, tendo em conta a pegada ambiental e preservação da natureza, garantindo assim, a sustentabilidade do turismo rural (Figueiredo, E., Kastenholz, E., e Pinho, C. 2014).

A dificuldade comum, verificada nas variadas economias, é essencialmente formar e habilitar pessoas do interior que não estão acostumadas a lidar com o turismo e que veem-se obrigadas a grandes mudanças (Campón-Cerro, A. M., Hernández-Mogollón, J. M., e Alves, H. 2017).

2.6.1 – O Caso da Madeira

Em relação ao arquipélago da Madeira, há uma certa vantagem pelo simples facto de também serem ilhas, tornando assim um destino muito requisitado para férias. Contudo, é exigido uma maior quantidade de recursos que são escassos, mas necessários para tornar o turismo viável e competitivo (Almeida, A. M., Correia, A., e Pimpão, A. 2014).

A estética ganha um papel muito importante no mundo do turismo influenciando positivamente a satisfação dos visitantes. (Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., e Loureiro, S. 2018).

2.6.2 – O Caso de Espanha

Analisando uma das economias vizinhas, neste caso Espanha, os alojamentos em espaço rural surgiram e ganharam prosperidade após o turismo com orientação para a “praia e sol” já ter atingido a maturidade, desta forma na sequência e necessidade de novas experiências surge o TER como uma alternativa viável (Campón-Cerro, A. M., Hernández-Mogollón, J. M., e Alves, H. 2017). Além disso, o Turismo em Espaço Rural ganhou a sua importância por ter sido visto como uma oportunidade única de aumentar a dispersão geográfica e trazer mais rendimentos à economia rural (Río-Rama, M. C., Álvarez-García, J., e Simonetti, B. 2017).

O crescimento rural em Espanha concretizou-se essencialmente por dois motivos: Pelos apoios financeiros concebidos por vários programas criados pelo governo e UE, que tornaram possíveis todo este investimento no desenvolvimento rural e pela transferência de responsabilidades do governo central para comunidades autónomas que passam a ter que definir regulamentações e processos legais (Bilbao-Terol, C., e Valdés, L. 2015).

Contudo, a questão da sazonalidade ganha especial atenção quando nos referimos ao sector do turismo, principalmente devido ao facto de os níveis da procura terem grandes variações ao longo do ano. Espanha não é exceção à regra, apesar de serem inúmeras as políticas e estratégias de combate ao problema. (Guzman-Parra, V. F., Quintana-García, C., Benavides-Velasco, C. A., e Vila-Oblitas, J. R. 2015).

2.6.3 – O caso de França

França, com o seu vasto território, também realça uma devida importância ao desenvolvimento das zonas interiores. São vários os estudos financiados, para que, haja uma maior compreensão dos novos comportamentos do consumidor e das suas movimentações para o turismo em espaço rural (Bel, F., Lacroix, A., Lyser, S., Rambonilaza, T., e Turpin, N. 2015).

2.7 – Incentivo para o crescimento do Turismo Rural

Em território regional, são vários os apoios para incentivar o crescimento do turismo rural nos Açores. A população aderiu em grande número, aos programas propostos pelo governo regional, aumentando o número de camas disponíveis para aluguer.

Promovido através do SDEA, no programa Competir +, surge o Subsistema de incentivos para o empreendedorismo qualificado e criativo. É neste campo que vemos incluídos apoios para alojamentos rurais.

2.8 – Açores mais “perto”

É em 2015 que acontece a liberalização do espaço aéreo nos Açores. No seguinte quadro, obtido através do SREA, é notório o crescimento que surgiu após as medidas adotadas.

Tabela 5. Número de Passageiros

Ano	Mês	Passageiros embarcados (Número)	Passageiros desembarcados (Número)	Passageiros em trânsito (Número)
2015	janeiro	53989	52 986	9 002
2015	fevereiro	50013	49 742	7 528
2015	março	63357	62 917	8 819
2015	abril	83394	86 676	8 889
2015	maio	94800	96 269	8 412
2015	junho	109035	113 052	9 801
2015	julho	135191	147 062	9 991
2015	agosto	157492	150 485	9 404
2015	setembro	119703	108 069	10 019
2015	outubro	87570	82 466	8 062
2015	novembro	75841	73 746	8 882
2015	dezembro	74652	76 924	9 629
2016	janeiro	71449	69 719	11 498
2016	fevereiro	69767	69 764	10 599
2016	março	90781	89 834	13 187
2016	abril	97443	101 710	8 685
2016	maio	114209	114 986	9 373
2016	junho	129482	134 392	10 485
2016	julho	156249	168 789	9 338
2016	agosto	178908	170 519	10 306
2016	setembro	143268	130 641	7 911
2016	outubro	110139	104 112	7 002
2016	novembro	83680	80 070	9 780
2016	dezembro	82111	84 953	9 248
2017	janeiro	81426	79 785	9 018
2017	fevereiro	77527	79 647	8 277
2017	março	98561	98 130	9 711
2017	abril	134353	136 748	11 017
2017	maio	133340	134 179	9 870
2017	junho	155904	162 637	9 309
2017	julho	190717	203 913	9 828
2017	agosto	214090	204 302	8 876
2017	setembro	174654	159 445	6 447
2017	outubro	131490	124 472	7 652
2017	novembro	90179	86 007	7 559
2017	dezembro	89666	93 890	7 671
2018	janeiro	88295	85 741	7 930
2018	fevereiro	80719	80 653	5 828
2018	março	106343	108 420	6 910
2018	abril	126522	129 415	6 782

Tabela 5
(Continuação)

2018	maio	141571	141 733	8 693
2018	junho	157985	164 509	11 020
2018	julho	197902	210 872	9 518
2018	agosto	224609	214 136	9 372
2018	setembro	179471	163 367	8 613
2018	outubro	139512	130 542	8 148
2018	novembro	96813	93 018	7 617
2018	dezembro	91971	96 520	7 754
2019	janeiro	93725	90 677	9 153

Fonte: SREA 2018

Além destes números, ainda podemos analisar nos seguintes gráficos que o crescimento de passageiros que desembarcaram nos Açores foi proporcional ao aumento de alojamentos.

Tabela 6. Hóspedes

Hóspedes		Anos			
		2015	2016	2017	2018
		Total	Total	Total	Total
Açores	Hotelaria Tradicional	428 012	509 060	594 168	609 859
	Turismo Espaço Rural	11 693	13 289	15 243	17 295
	Alojamento Local	39 847	74 126	123 379	177 787
	Colónias de Férias/ Pousadas de Juv.	16 568	17 566	20 322	16 937
	Parques de Campismo	10 035	11 900	14 865	18 645
	Casas de Hóspedes	-	-	-	-
	Alojamentos Particulares	-	-	-	-
Total		506 155	625 941	767 977	840 523

Fonte: SREA 2018

De uma maneira generalizada, analisando a tabela dos hóspedes, podemos assumir que a libertação do espaço aéreo para companhias de baixo custo, fez crescer não só o Turismo em Espaço Rural, como aumentou o número de hóspedes em vários tipos de alojamento, tendo em comparação os anos anteriores.

Tabela 7. Dormidas

Dormidas	Anos	2015	2016	2017	2018
		Total	Total	Total	Total
Açores	Hotelaria Tradicional	1 274 207	1 543 513	1 787 455	1 789 349
	Turismo Espaço Rural	46 790	51 361	54 533	62 130
	Alojamento Local	162 445	306 050	457 758	627 257
	Colónias de Férias/ Pousadas de Juv.	43 514	46 076	49 665	42 609
	Parques de Campismo	21 433	29 341	35 267	42 295
	Casas de Hóspedes	-	-	-	-
	Alojamentos Particulares	-	-	-	-
Total		1 548 389	1 976 341	2 384 678	2 563 640

Fonte: SREA 2018

Em semelhança da tabela 6 (hóspedes), o número de dormidas também teve um aumento considerável em comparação com anos anteriores. Assim, todos os tipos de alojamentos acabaram por ter um maior número de dormidas.

Capítulo III - Recolha de Dados

3.1 – Método Utilizado

Foi construído questionário, visando reunir informações sobre o perfil sociodemográfico desses turistas, bem como as suas motivações pelo TER, grau de importância atribuído a determinados aspetos do alojamento e grau de satisfação com a visita.

3.2 – Público – Alvo

Necessitando de seleccionar um público-alvo para avançar com a distribuição dos questionários e com o intuito de obter informações válidas e com interesse para o estudo, então nesta secção, é de interesse apenas pessoas que completaram os seguintes requisitos:

1. Visitaram os Açores recentemente;
2. Tenham usufruído de um alojamento em espaço rural;
3. Não sejam residentes nos Açores.

3.3 - Construção do Questionário

Numa primeira parte, o questionário compreende perguntas sobre o inquirido, começando pela idade, género, rendimento mensal e número de viagens por ano.

Depois, inclui questões exploratórias que visam perceber o que é mais procurado pelo público-alvo que foi selecionado para o estudo, como exemplo, transportes utilizados, atividades turísticas, comodidades preferenciais.

Por fim, interrogou-se sobre o grau de satisfação com a visita ao destino Açores e consequente estadia.

Verificando-se que possíveis inquiridos podiam não conseguir comunicar através da língua portuguesa, foram criadas duas versões do questionário, uma em português e outra em inglês para abranger mais inquiridos.

língua inglesa para uma maior facilidade e compreensão por parte dos inquiridos.

Capítulo IV - Resultados e Interpretações

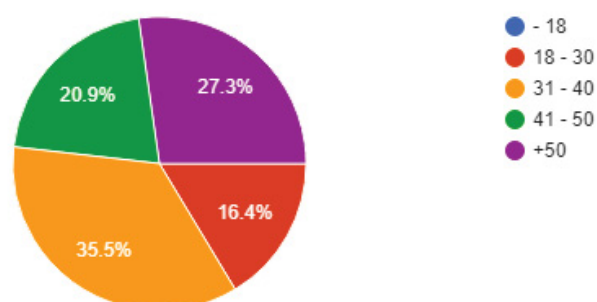
4.1 – Caracterização da Amostra

Neste inquérito obteve-se um total de 110 respostas, tendo sido este distribuído por todas as 9 ilhas, respeitando o público-alvo determinado para o efeito e apenas aceitando respostas entre 19 de agosto de 2018 e 07 de setembro de 2018.

Na Figura 2 é de realçar que a maioria dos inquiridos têm entre 31 e 40 anos de idade com uma percentagem total de 35,5%, em contrapartida, não se obteve nenhuma participação de pessoas com a idade inferior a 18 anos.

Figura 2.

Idade - Age
110 responses

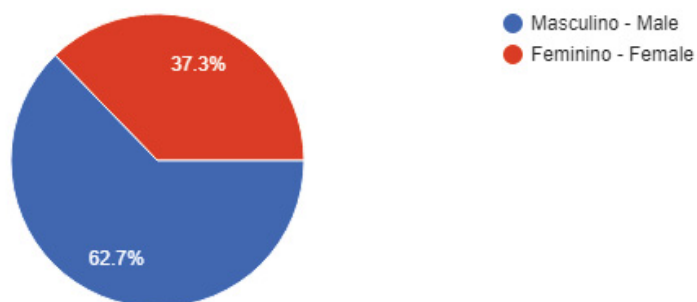


Na categoria de género, o sexo masculino é maioritário com uma percentagem total de 62,7% e o sexo feminino ficou-se pelos 37,3% dos 110 inquiridos.

Figura 3.

Género - Gender

110 responses

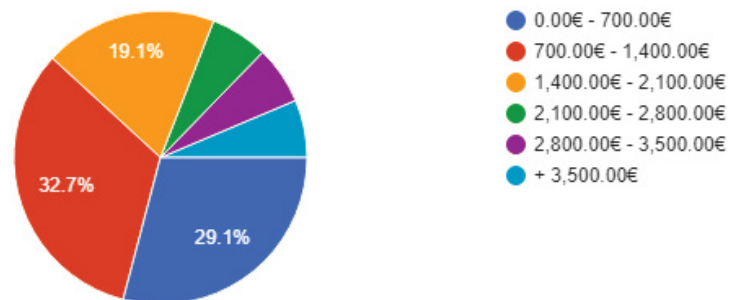


Em relação à moeda é apenas validada a opção em euros, sendo obrigatório a conversão caso a moeda do país onde o inquirido vive seja diferente da utilizada pela União Europeia. Das pessoas interrogadas, em relação ao rendimento mensal, 32,7% têm um rendimento entre os 700,00€ e os 1.400,00€, podendo este rendimento ser obtido através de diversas formas, como salários, juros, certificados de tesouro, entre outros. Em seguida e de igual forma, foi registado uma percentagem de 29,1% para rendimentos inferiores a 700,00€, em terceira ordem com 19,1% para um vencimento entre os 1.400,00€ e os 2.100,00€, seguido por 6,4% para rendimentos superiores a 3.500,00€ e por 12,7% pessoas com rendimento entre os 2.100,00€ e os 3.500,00€.

Figura 4.

Rendimento Mensal - Monthly Income

110 responses

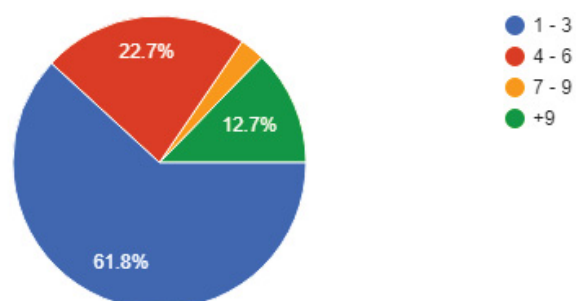


Averiguando o número de viagens realizadas num ano, obteve-se uma grande maioria com 61,8% de respostas entre uma e três deslocações. Por outro lado, entre quatro e seis registou-se um valor de 22,7%, para mais que nove verificou-se 12,7% e por último 2,8% para inquiridos que realizam entre sete a nove viagens.

Figura 5.

Número de viagens por ano - Number of travels per year

110 responses



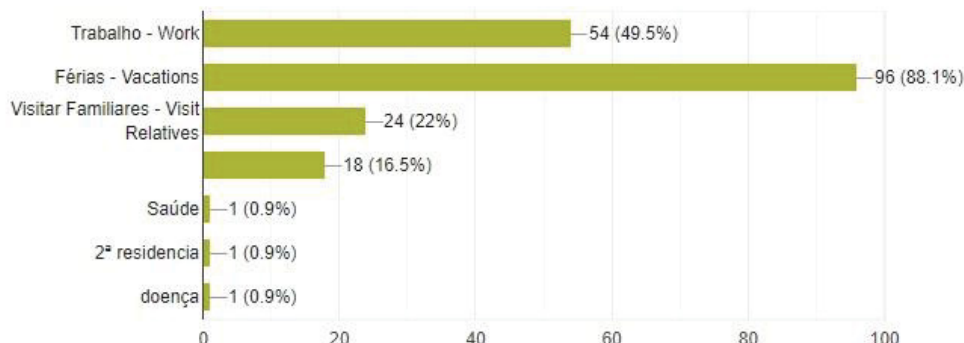
4.2 - Análise de Dados

Em relação à parte seguinte do questionário, começamos por interrogar o motivo da viagem. Possibilitando uma resposta múltipla, foi verificado que 88,1% da amostra teve os Açores como um destino de férias e em contrapartida, 49,5% das pessoas que visitaram alguma das nove ilhas teve como pretexto o trabalho. Em percentagem menor, pode-se verificar 22% para visitar familiares e por outro lado, 16,5% apenas com o intuito de participar em eventos realizados na R.A.A. Sem interesse para a estatística foram registados 2.7% para outros motivos.

Figura 6.

Motivo da Viagem - Reason for Travel

109 responses

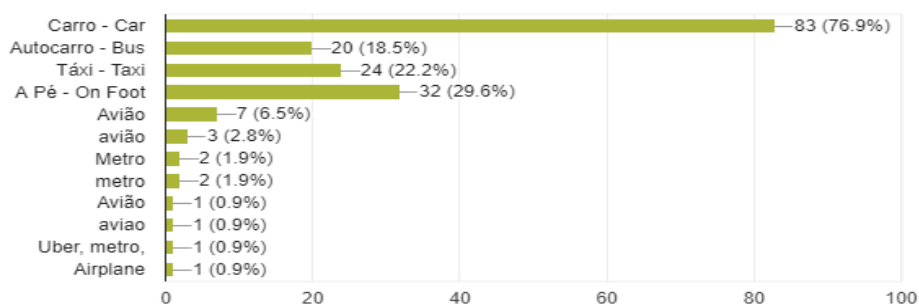


Relativamente ao transporte utilizado durante a estadia, a maioria dos inquiridos optou por utilizar o carro, com uma percentagem de 76,9%. Por outro lado, o segundo meio de deslocação mais utilizado foi a caminhada com 29,6%. Por último, 22,2% da amostra optou pelo táxi, enquanto só 18,5% da mesma preferiu o autocarro. Não esquecendo que as respostas a esta questão também podiam ser múltiplas, justificando o facto de que os entrevistados podem ter-se deslocado de diferentes formas durante toda a sua estadia no arquipélago. Além disto, foi dada a liberdade ao inquirido de escolher uma opção em aberto resultando em respostas que acabaram por não interessar ao estudo.

Figura 7.

Transporte Utilizado Durante Estadia - Transportation Used During Stay

108 responses

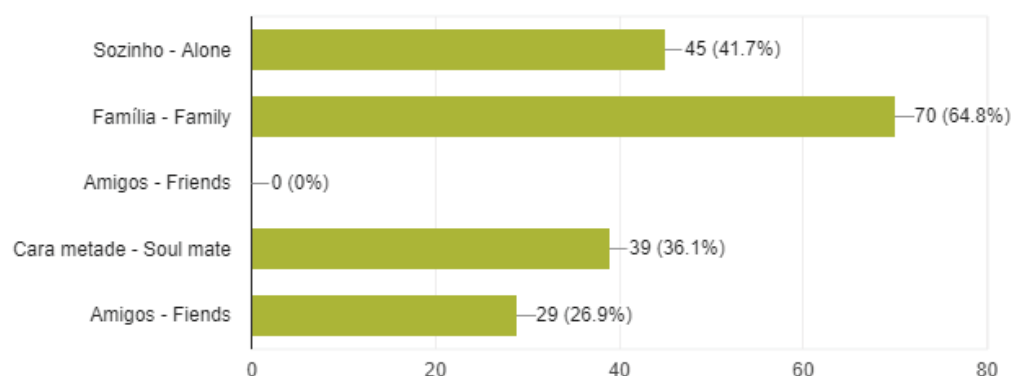


Em relação aos companheiros de viagens, é de interesse saber que a procura foi superior para viagens acompanhadas pela família contabilizando 64,8% e em seguida com 41,7% para deslocações realizadas apenas por um indivíduo. Com menor relevância, 36,1% realizou a sua viagem com a cara-metade e 26,9% com amigos. Não esquecendo que as respostas a esta questão também podiam ser múltiplas.

Figura 8.

Com quem viaja - With whom do you travel

108 responses



Uma das partes mais importantes foi perceber e classificar por ordem de preferências as atividades para as quais há maior procura. Claramente é perceptível o maior interesse para a realização de trilhos pedestres, totalizando 82,2% dos votos. Assim sendo, é de elogiar todo o trabalho que tem vindo a ser desenvolvido pelas autarquias para a criação/manutenção de trilhos na Região Autónoma dos Açores e esperando que com este estudo se perceba a importância da preservação da natureza e conseqüentemente dos trilhos existentes. Posteriormente, a observação de cetáceos foi a atividade mais procurada, com 37,6% dos votos. No terceiro, quarto, quinto e sexto

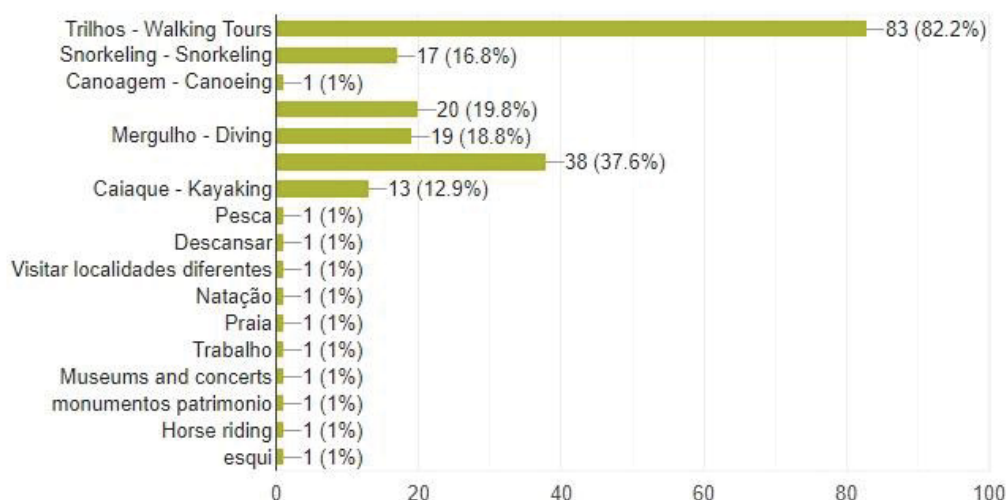
lugar, com classificações muito próximas, surgiram respetivamente os passeios de bicicleta, o mergulho, o “snorkeling” e, por último, atividades com caiaque. Recorde-se que as respostas a esta questão também podiam ser múltiplas.

Além disto, foi dada a liberdade ao inquirido de escolher uma opção em aberto resultando em respostas que acabaram por não interessar ao estudo.

Figura 9.

Atividades turísticas no meio rural - Tourist activities in rural areas

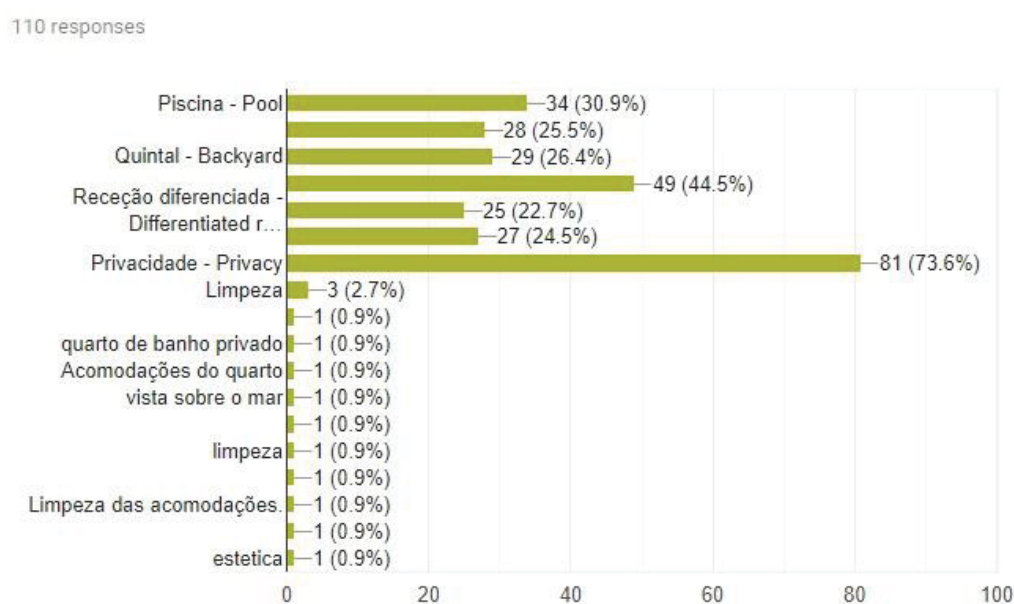
101 responses



Como tentativa de perceber o que é mais valorizado por quem procura um alojamento rural e com base nas respostas obtidas posso afirmar que a privacidade é o ponto mais característico de quem quer uma estadia num espaço rural, contabilizando 73,6% de votos e em seguida com 44,5% os espaços verdes. Um pouco mais abaixo com 30.9% surge o interesse em piscinas. Em relação ao quarto, quinto, sexto e sétimo lugar, com classificações muito próximas, surgiram respetivamente o quintal (26,4%), a

churrasqueira (25,5%), a cozinha (24,5%) e por último a receção diferenciada (22,7%). Não esquecendo que as respostas a esta questão também podiam ser múltiplas. Além disto, foi dada a liberdade ao inquirido de escolher uma opção em aberto resultando em respostas que acabaram por não interessar ao estudo.

Figura 10.



Numa fase seguinte, com o intuito de analisar os níveis de satisfação consequentes pela procura do destino Açores e pelo alojamento rural, foram colocadas questões sobre vários temas, com 7 níveis de resposta única, classificados por ordem crescente da seguinte forma:

1. Bastante insatisfeito;
2. Insatisfeito;
3. Levemente insatisfeito;

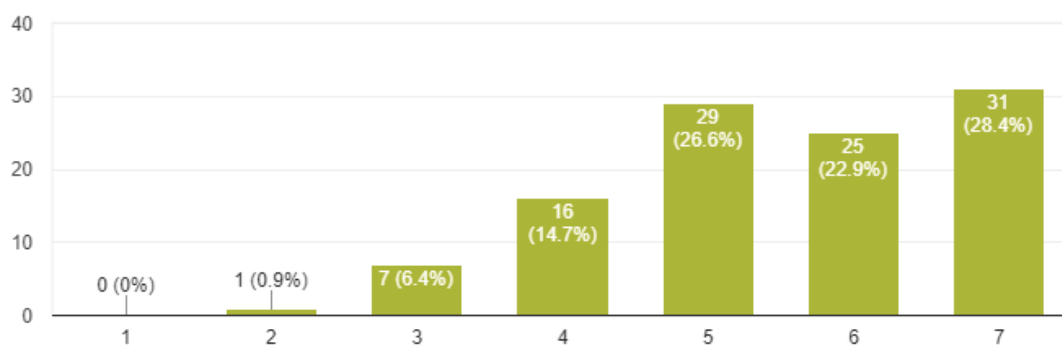
4. Neutro;
5. Levemente satisfeito;
6. Satisfeito;
7. Bastante satisfeito.

Assim sendo e analisando a Figura pode-se afirmar que em relação às atividades realizadas fora de estabelecimentos (ar livre) a maior votação foi para “bastante satisfeito” com uma classificação de 28,4% e em contrapartida com 0% das votações para bastante insatisfeito.

Figura 11.

Atividades de Ar Livre - Outdoor Activities

109 responses



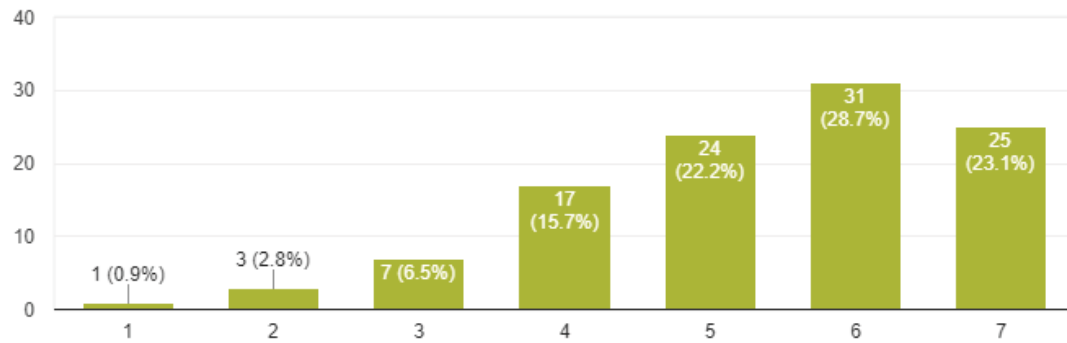
1-Bastante insatisfeito; 2-Insatisfeito; 3-Levemente insatisfeito; 4-Neutro; 5-Levemente satisfeito; 6-Satisfeito; 7-Bastante satisfeito.

Tendo agora como aspeto principal o impacto ambiental também é verificado uma maior distribuição de resultados e em que a maior pontuação é para a designação de “satisfeito” com 28.7% dos votos.

Figura 12.

Impacto Ambiental - Environmental impact

108 responses



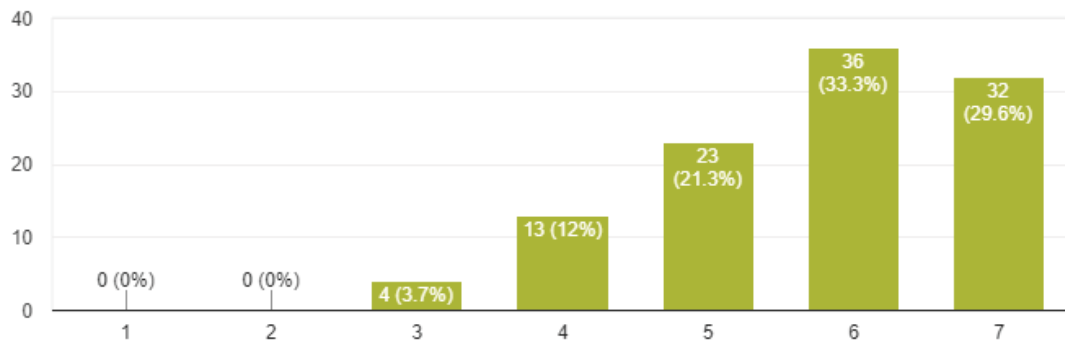
1-Bastante insatisfeito; 2-Insatisfeito; 3-Levemente insatisfeito; 4-Neutro; 5-Levemente satisfeito; 6-Satisfeito; 7-Bastante satisfeito.

Após estadia foi questionado o grau de satisfação, tendo em conta o alojamento pela qual optaram por se alojar. Assim sendo, com a maioria de percentagem, ficou à frente a classificação de “Satisfeito” ao acumular 33,3% de todos os votos.

Figura 13.

Qual o grau de satisfação após estadia? - How satisfied are you with your stay?

108 responses



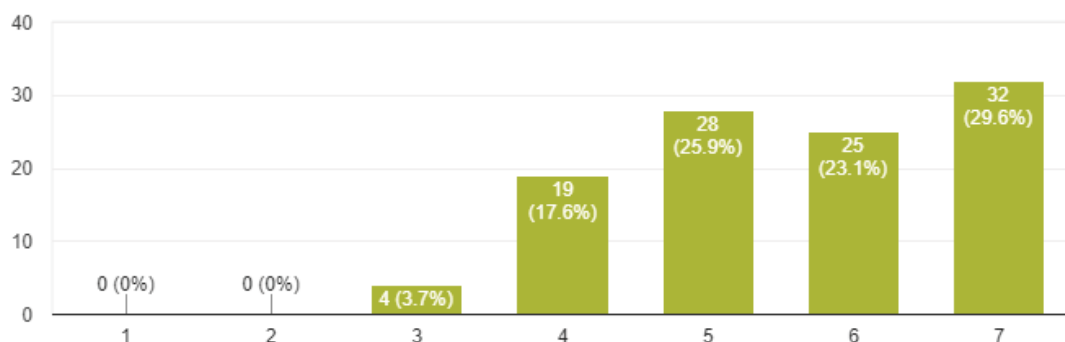
1-Bastante insatisfeito; 2-Insatisfeito; 3-Levemente insatisfeito; 4-Neutro; 5-Levemente satisfeito; 6-Satisfeito; 7-Bastante satisfeito.

Em relação ao tratamento diferenciado que é característico de um alojamento rural. Os mesmos responderam estar “Bastante satisfeitos” com uma maioria de 29,6% dos votos.

Figura 14.

Tratamento diferenciado - Differential treatment

108 responses



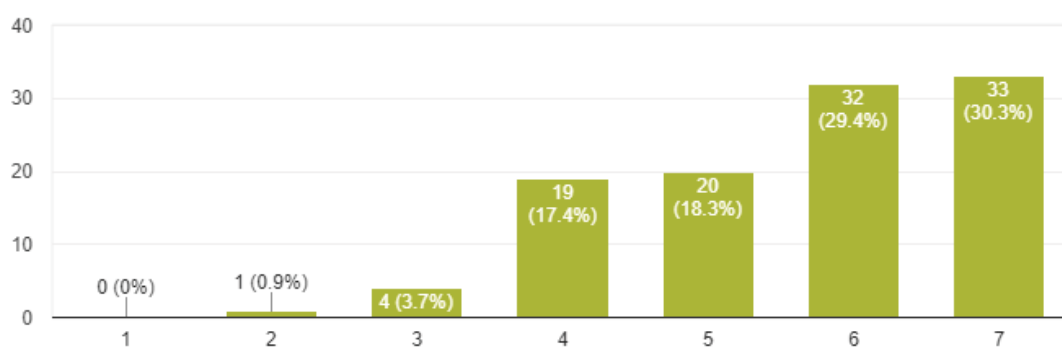
1-Bastante insatisfeito; 2-Insatisfeito; 3-Levemente insatisfeito; 4-Neutro; 5-Levemente satisfeito; 6-Satisfeito; 7-Bastante satisfeito.

Sabendo de antemão que não só as características como todo o espaço envolvente caracteriza o denominado de alojamento rural, os inquiridos foram questionados sobre o contato direto com os locais e com 30,3% e 29%.4, surge respetivamente a classificação de “Bastante satisfeito” e imediatamente a seguir a denominação de “Satisfeito”. Tratando-se de bons indícios para um público que procura um ambiente familiar, acolhedor e seguro.

Figura 15.

Contato direto com locais - Direct contact with local

109 responses



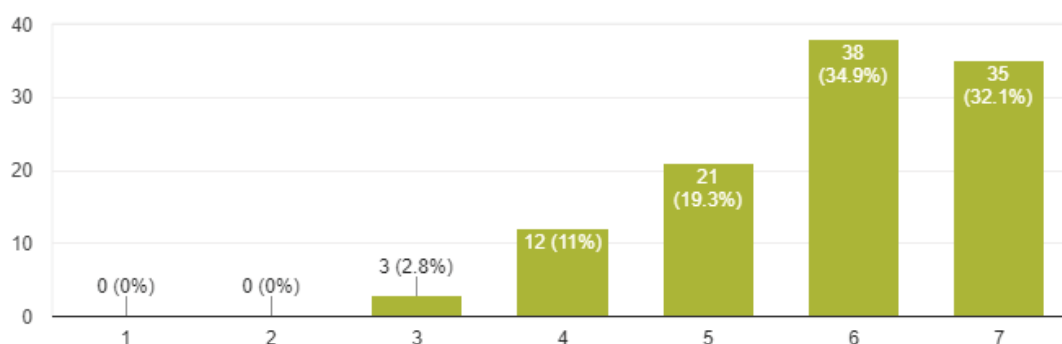
1-Bastante insatisfeito; 2-Insatisfeito; 3-Levemente insatisfeito; 4-Neutro; 5-Levemente satisfeito; 6-Satisfeito; 7-Bastante satisfeito.

Em termos de qualidades dos alojamentos, foram maioritariamente obtidos 34,9% de votos para um grau de classificação de “satisfeito”, seguido por “Bastante satisfeito” com uma taxa percentual de 32,1%.

Figura 16.

Qualidade do alojamento local em que passou férias - Quality of the local holiday accommodation

109 responses



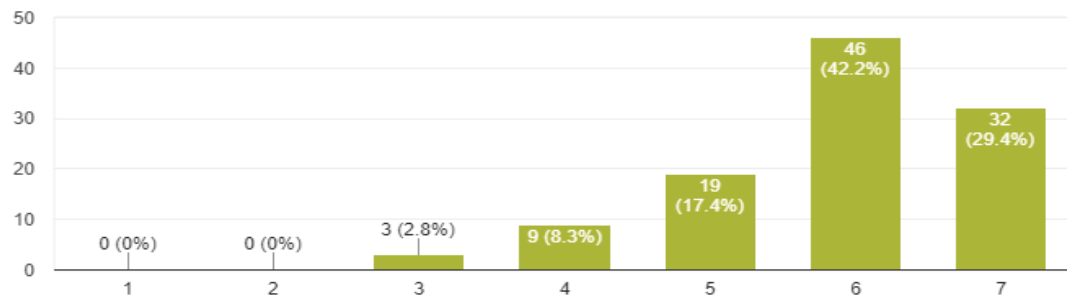
1-Bastante insatisfeito; 2-Insatisfeito; 3-Levemente insatisfeito; 4-Neutro; 5-Levemente satisfeito; 6-Satisfeito; 7-Bastante satisfeito.

Por último, mas não menos importante. De uma forma geral foi questionado a experiência na Região Autónoma dos Açores obtendo uma maioria para a classificação de “satisfeito” com 42,2% dos votos.

Figura 17.

Toda a experiência da viagem - The whole trip experience

109 responses



1-Bastante insatisfeito; 2-Insatisfeito; 3-Levemente insatisfeito; 4-Neutro; 5-Levemente satisfeito; 6-Satisfeito; 7-Bastante satisfeito.

4.3- Análise Estatística

Numa primeira análise podemos verificar aspetos como a moda. Foi atribuído ao número 7 a classificação de “bastante satisfeito” e em relação ao número 6 a designação foi de “satisfeito”, sendo ambos moda nas perguntas presentes na tabela 8.

Tabela 8.

		Atividades ao ar livre	Impacto Ambiental	Grau de satisfação após estadia	Tratamento diferenciado	Contacto direto com locais	Qualidade do alojamento em que passou férias	Experiência da viagem
N	Válido	109	108	108	108	109	109	109
	Ausente	1	2	2	2	1	1	1
Modo		7	6	6	7	7	6	6

Utilizando o método de “Tabela de Referência Cruzada” foi possível obter dados em relação à nossa amostra. Sabe-se que quem viaja apenas tendo em conta o lazer, não ultrapassa as seis viagens por ano, enquanto que por outro lado, quem junta o lazer ao trabalho consegue um número muito maior de viagens por ano podendo ser confirmado por um teste qui-quadrado.

Motivo da viagem * Número de viagens por ano Tabulação cruzada

Tabela 9.

		Número de viagens por ano				Total	
		1-3	4-6	7-9	+9		
Motivo da viagem	Trabalho	5	0	0	0	5	
	Férias	28	3	0	3	34	
	Visitar Familiares	3	0	0	0	3	
	Participação em Eventos	0	0	0	1	1	
	Outro	1	0	0	0	1	
	Trabalho e Férias	17	12	2	10	41	
	Férias, Visitar Familiares	8	3	1	0	12	
	Férias, Outro	1	0	0	0	1	
	Trabalho, Visitar Familiares, Férias, Participação em Eventos	2	4	0	0	6	
	Trabalho, Férias, Visitar Familiares	2	1	0	0	3	
	Trabalho, Participação em Eventos	0	2	0	0	2	
	Total		67	25	3	14	109

Utilizando o mesmo método, mas agora em relação aos rendimentos / idade, pode-se verificar que dos 110 inquiridos que procuram o destino Açores, os que têm rendimentos mais altos têm mais de 50 anos, pelo contrário dos mais novos que tendem a ter rendimentos mais baixos.

Idade dos inquiridos * Rendimento mensal os inquiridos Tabulação cruzada

Tabela 10.

		Rendimento mensal dos inquiridos						Total
		0€ - 700€	700€ - 1400€	1400€ - 2100€	2100€ - 2800€	2800€ - 3500€	3500€ - +3500€	
Idade dos inquiridos	18-30	6	9	3	0	0	0	18
	31-40	12	15	10	0	1	1	39
	41-50	6	4	5	3	2	3	23
	+50	8	8	3	4	4	3	30
Total		32	36	21	7	7	7	110

Por outro lado, comparando através da “Tabela de Referência Cruzada” verifica-se que de toda a amostra são as pessoas do género masculino que apresentam maiores rendimentos, conseqüentemente contendo um maior poder de compra.

Rendimento mensal os inquiridos * Género dos inquiridos Tabulação cruzada

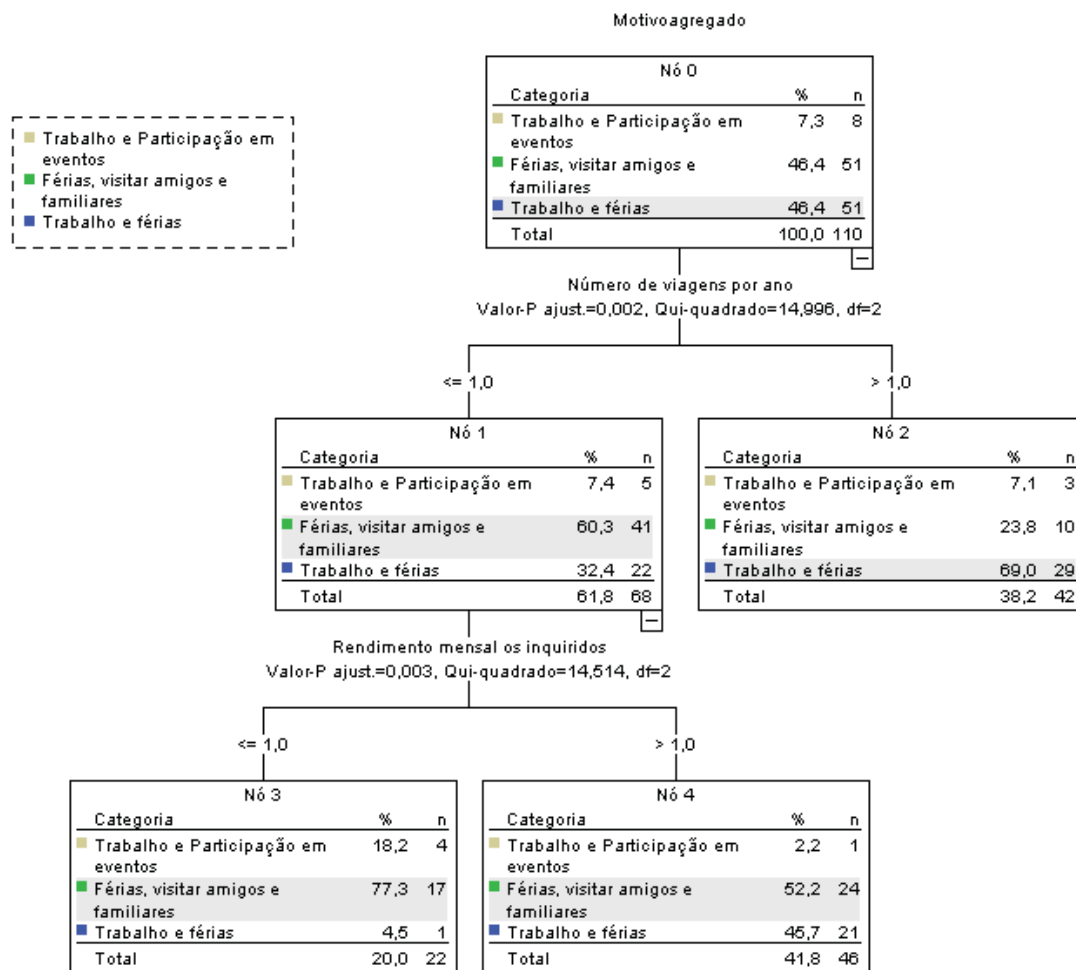
Tabela 11.

		Género dos inquiridos		
		Masculino	Feminino	Total
Rendimento mensal	0€ - 700€	17	15	32
dos inquiridos	700€ - 1400€	19	17	36
	1400€ - 2100€	11	10	21
	2100€ - 2800€	5	2	7
	2800€ - 3500€	6	1	7
	+3500€	6	1	7
Total		64	46	110

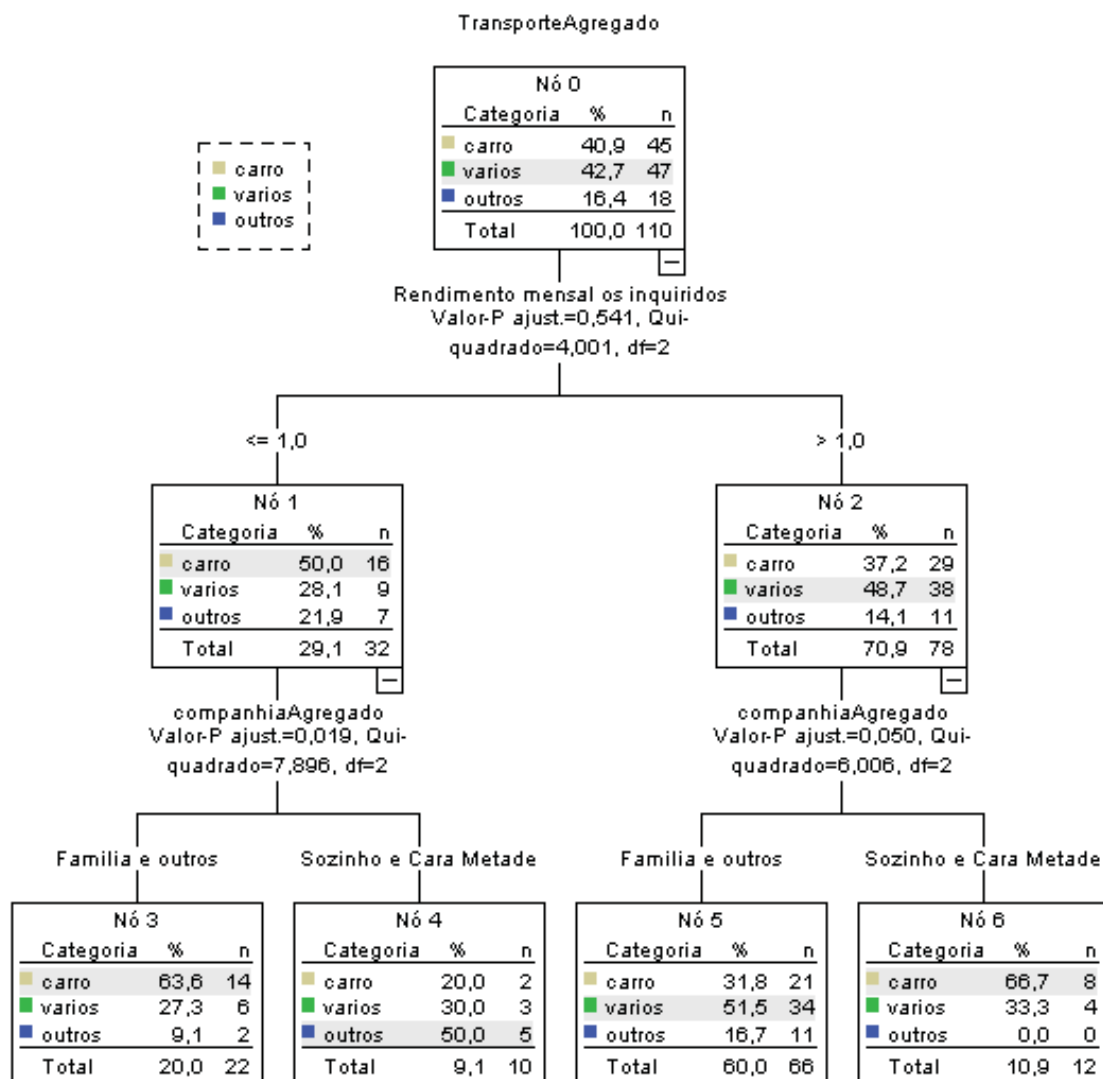
4.4- Análise Estatística Através das “Árvores de Decisão”

Dado a dificuldade na obtenção de respostas do público-alvo pretendido e para que haja uma melhor interpretação de dados, foi efetuado uma agregação dos dados obtidos. Sendo assim, obtivemos com uma significância inferior a 0,05 nas seguintes “árvores de decisão”:

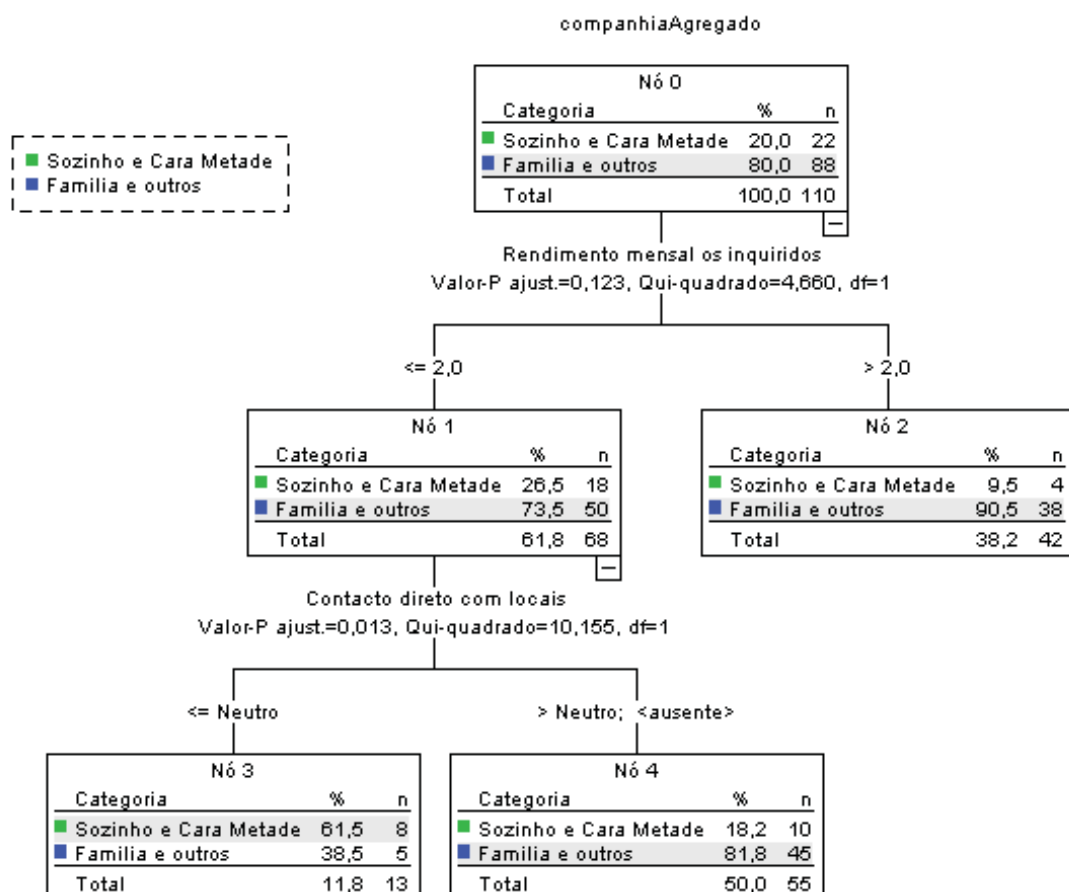
Agregando as respostas em relação aos motivos, podemos observar um Valor P inferior a 0,05, ou seja, com significância.



Agregando as respostas em relação aos transportes, podemos observar um Valor P inferior a 0,05, ou seja, com significância.



Agregando as respostas em relação à companhia, podemos observar um Valor P inferior a 0,05, ou seja, com significância.



Capítulo V - Conclusões

Em suma, com o desenvolvimento das tecnologias, com o aparecimento de novas redes sociais e as consequentes oportunidades que o mundo tecnológico oferece, principalmente para quem se localiza em locais mais remotos, podemos afirmar que as estratégias têm que ser constantemente repensadas para uma maior eficácia na angariação de potenciais clientes. Assim, será possível haver uma maior rentabilidade dos espaços, consequentemente aumentando o PIB e funcionando como uma política de combate à desertificação/abandono da região interior.

Podemos ainda verificar que as mudanças não são apenas no campo tecnológico, mas também estão a surgir grandes alterações na área do turismo tendo em conta o aumento da procura do meio rural, que surge como uma boa alternativa aos meios urbanos, já de si imensamente lotados e com um mercado em estagnação (Eusébio, C., Carneiro, M. J., Kastenholz, E., Figueiredo, E., e Silva, D. S. 2017).

Já em relação às dificuldades, são muitos os desafios a superar para quem vai investir no ramo. Servem de exemplos a falta de formação e a necessidade de reabilitação de alojamentos. Seria interessante continuar o estudo de forma a entender a melhor maneira de utrapassar estes problemas.

Anexos

6.1 – Questionário em Português

ALOJAMENTO RURAL E A SUA PROCURA NOS AÇORES.

A fim de concluir a dissertação de Mestrado em Ciências Económicas e Empresariais gostaria que respondesse a este inquérito que está inserido na corrente investigação sobre o ALOJAMENTO RURAL E A SUA PROCURA NOS AÇORES.

Idade:

- 18

18-30

31-40

41-50

+ 50

Género:

Masculino

Feminino

Rendimento Mensal:

0.00€ - 700.00€

700.00€ - 1,400.00€

1,400.00€ - 2,100.00€

2,100.00€ - 2,800.00€

2,800.00€ - 3,500.00€

+ 3,500.00€

Número de viagens por ano:

1-3

4-6

7-9

+9

Motivo da Viagem:

Trabalho

Férias

Visitar Familiares

Participação em Eventos

Outros

Transporte Utilizado Durante Estadia:

Carro

Autocarro

Táxi

A pé

Outro

Com quem viaja:

Sozinho

Família

Amigos

Cara metade

Outro

Atividades turísticas no meio rural:

Trilhos

Snorkeling

Canoagem

Passeio de Bicicleta

Mergulho

Observação de Cetáceos

Outros

O que mais valoriza num alojamento?

Piscina

Churrasqueira

Quintal

Espaços Verdes

Receção diferenciada

Cozinha

Privacidade

Outros

Atividades de Ar Livre:

Pouco satisfeito 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Muito
satisfeito

Impacto Ambiental:

Pouco satisfeito 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Muito satisfeito

Qual o grau de satisfação após estadia?

Pouco satisfeito 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Muito satisfeito

Tratamento diferenciado:

Pouco satisfeito 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Muito satisfeito

Contato direto com locais:

Pouco satisfeito 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Muito satisfeito

Qualidade do alojamento local em que passou férias:

Pouco satisfeito 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Muito satisfeito

Toda a experiência da viagem:

Pouco satisfeito 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Muito satisfeito

6.2 - Questionário em Inglês

RURAL ACCOMMODATION AND ITS DEMAND IN AZORES

In order to complete the Master's Dissertation in Economics and Business Sciences I would like you to respond to this survey which is inserted in current research on **RURAL ACCOMMODATION AND ITS DEMAND IN THE AZORES.**

Age:

- 18 18-30 31-40 41-50 + 50

Gender:

Male Female

Monthly Income:

0.00€ - 700.00€

700.00€ - 1,400.00€
1,400.00€ - 2,100.00€
2,100.00€ - 2,800.00€
2,800.00€ - 3,500.00€
+ 3,500.00€

Number of travels per year:

1-3
4-6
7-9
+9

Reasons for Travel:

Work
Vacations
Visit Relatives
Events Participation
Others

Transportation Used During Stay:

Car
Bus
Taxi
On foot
Other

With whom do you travel:

- Alone
- Family
- Friends
- Soul Mate
- Outro

Tourist activities in rural areas:

- Walking Tours
- Snorkeling
- Canoeing
- Bike Tour
- Diving
- Whale Watching
- Others

What do you value most in an accommodation?

- Pool
- Barbecue Grill
- Backyard
- Green Areas
- Differentiated reception
- Kitchen
- Privacy
- Others

Outdoor Activities:

Unsatisfied 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Satisfied

Environmental impact:

Unsatisfied 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Satisfied

How satisfied are you with your stay?

Unsatisfied 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Satisfied

Differential treatment:

Unsatisfied 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Satisfied

Direct contact with local:

Unsatisfied 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Satisfied

Quality of the local holiday accommodation:

Unsatisfied 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Satisfied

The whole trip experience:

Unsatisfied 1-[] 2-[] 3- [] 4-[] 5-[] 6-[] 7- [] Satisfied

6.3 - Estatística SREA 2014/2015

Tabela - Dormidas dos principais mercados emissores

Mercados emissores	Dormidas		Peso	Tvh (%)
	Jan a Fev 14	Jan a Fev 15	%	
Portugal	36 818	44 381	59,2	20,5
Estrangeiro	21 832	30 629	40,8	40,3
Alemanha	8 603	12 330	16,4	43,3
EUA	2 549	4 854	6,5	90,4
Canadá	1 248	3 142	4,2	151,8
Espanha	1 694	2 185	2,9	29,0
Reino Unido	758	1 037	1,4	36,8
França	592	1 014	1,4	71,3

Tabela – Dormidas por ilha

ILHAS	Dormidas		Tvh (%)	Dormidas		Tvh (%)
	Fev-14	Fev-15		Jan a Fev 14	Jan a Fev 15	
Açores	32 729	40 627	24,1	58 650	75 010	27,9
Santa Maria	1 189	1 371	15,3	2 091	2 396	14,6
São Miguel	20 858	27 361	31,2	36 218	50 697	40,0
Terceira	5 434	5 629	3,6	10 766	10 960	1,8
Graciosa	540	685	26,9	963	1 244	29,2
São Jorge	751	1 057	40,7	1 327	1 515	14,2
Pico	1 118	1 215	8,7	2 176	2 668	22,6
Faial	2 134	2 867	34,3	4 123	4 815	16,8
Flores	583	312	-46,5	772	455	-41,1
Corvo	122	130	6,6	214	260	21,5

Tabela - Taxa líquida de ocupação-cama e estada média

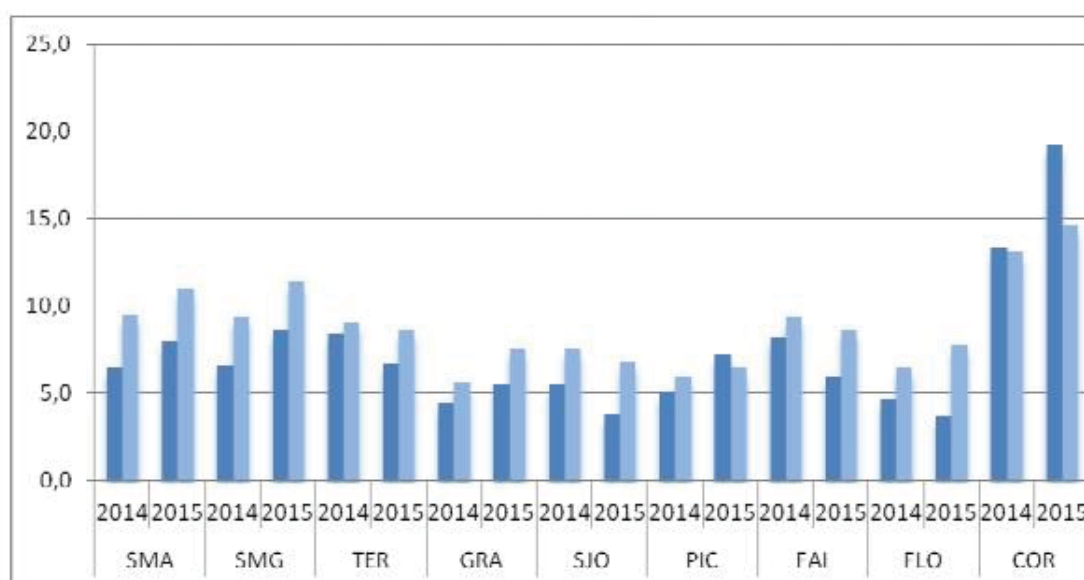
ILHAS	Taxa de Ocupação			Estada Média		
	%		V. hom. (p.p.)	(Nº de noites)		Tvh (%)
	Fev-14	Fev-15		Fev-14	Fev-15	
Açores	14,9	17,9	3,0	2,47	2,54	2,8
Santa Maria	14,8	17,1	2,3	3,60	2,41	-33,1
São Miguel	17,3	22,6	5,3	2,73	2,78	1,8
Terceira	11,8	12,2	0,4	1,85	2,09	13,0
Graciosa	10,7	13,6	2,9	2,20	2,87	30,5
São Jorge	13,3	13,3	0,0	2,79	2,29	-17,9
Pico	9,2	10,0	0,8	2,35	2,03	-13,6
Faial	12,5	13,0	0,5	1,99	2,07	4,0
Flores	13,3	9,2	-4,1	2,22	1,71	-23,0
Corvo	24,2	25,8	1,6	3,59	3,25	-9,5

Tabela – Proveitos por ilha

Unidade: euros

ILHAS	Proveitos Totais		Proveitos Aposento	
	Jan a Fev 15	Tvh (%)	Jan a Fev 15	Tvh (%)
Açores	2 860 406	12,4	1 979 047	13,9
Santa Maria	76 717	10,1	71 618	19,4
São Miguel	1 863 023	21,2	1 220 807	26,1
Terceira	442 352	-11,3	345 889	-13,0
Graciosa	45 216	14,9	32 522	31,0
São Jorge	55 674	20,4	36 553	-1,6
Pico	112 199	22,2	79 572	24,5
Faial	222 004	3,3	159 789	5,7
Flores	34 206	-17,2	23 282	-15,3
Corvo	9 015	28,5	9 015	28,5

Figura - Rendimento médio por quarto disponível



6.4 - Estatística SREA 2015/2016

Tabela – Dormidas dos principais mercados emissores

Mercados emissores	Dormidas		Peso	Tvh (%)
	Jan a Fev 15	Jan a Fev 16	%	
Portugal	44 511	64 420	53,3	44,7
Estrangeiro	30 326	56 333	46,7	85,8
Alemanha	12 154	13 014	10,8	7,1
EUA	4 858	12 393	10,3	155,1
Espanha	2 171	11 636	9,6	436,0
Canadá	3 090	3 946	3,3	27,7
Reino Unido	1 035	3 419	2,8	230,3

Tabela – Dormidas por ilha

ILHAS	Dormidas		Tvh (%)	Dormidas		Tvh (%)
	Fev-15	Fev-16		Jan a Fev 15	Jan a Fev 16	
Açores	40 469	63 633	57,2	74 837	120 753	61,4
Santa Maria	1 371	1 571	14,6	2 396	2 887	20,5
São Miguel	27 361	41 547	51,8	50 697	77 028	51,9
Terceira	5 597	15 092	169,6	10 913	29 336	168,8
Graciosa	685	817	19,3	1 244	1 747	40,4
São Jorge	1 057	812	-23,2	1 515	1 680	10,9
Pico	1 215	1 018	-16,2	2 668	2 570	-3,7
Faial	2 741	2 293	-16,3	4 689	4 595	-2,0
Flores	312	373	19,6	455	764	67,9
Corvo	130	110	-15,4	260	146	-43,8

Tabela – Taxa líquida de ocupação-cama e estadia média

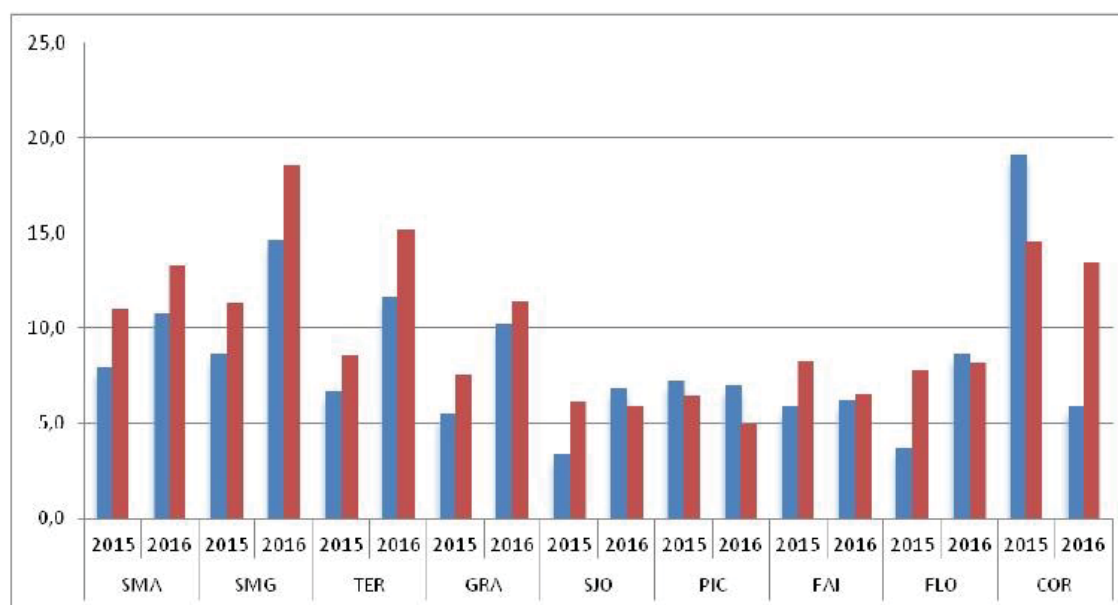
ILHAS	Taxa de Ocupação			Estadia Média		
	%		V. hom. (p.p.)	(Nº de noites)		Tvh (%)
	Fev-15	Fev-16		Fev-15	Fev-16	
Açores	17,8	26,4	8,6	2,54	2,90	14,2
Santa Maria	17,1	18,9	1,8	2,41	2,83	17,4
São Miguel	22,6	32,4	9,8	2,78	2,94	5,8
Terceira	12,1	30,0	17,9	2,09	2,97	42,1
Graciosa	13,6	15,7	2,1	2,87	3,13	9,1
São Jorge	12,2	8,8	-3,4	2,51	2,37	-5,6
Pico	10,0	7,6	-2,4	2,03	2,29	12,8
Faial	12,4	10,3	-2,1	1,98	2,26	14,1
Flores	9,2	10,8	1,6	1,71	3,24	89,5
Corvo	25,8	21,1	-4,7	3,25	3,14	-3,4

Tabela – Proveitos por ilha

Unidade: euros

ILHAS	Proveitos Totais		Proveitos Aposento	
	Jan a Fev 16	Tvh (%)	Jan a Fev 16	Tvh (%)
Açores	4 530 081	58,9	3 194 317	61,9
Santa Maria	96 581	25,9	89 644	25,2
São Miguel	3 044 376	63,4	2 099 156	71,9
Terceira	836 262	89,7	640 573	85,9
Graciosa	65 506	44,9	54 953	69,0
São Jorge	66 894	20,2	51 109	39,8
Pico	119 962	6,9	75 825	-4,7
Faial	231 167	7,8	142 492	-8,1
Flores	64 188	87,7	35 420	52,1
Corvo	5 145	-42,9	5 145	-42,9

Figura – Rendimento médio por quarto disponível



6.5 - Estatística SREA 2016/2017

Tabela – Dormidas dos principais mercados emissores

Mercados emissores	Dormidas		Peso	Tvh (%)
	jan a fev 16	jan a fev 17	%	
Portugal	64 683	77 728	58,1	20,2
Estrangeiro	56 612	56 086	41,9	-0,9
Alemanha	13 051	17 017	12,7	30,4
Espanha	11 649	10 787	8,1	-7,4
EUA	12 394	10 499	7,8	-15,3
Canadá	3 938	4 612	3,4	17,1
França	1 501	1 831	1,4	22,0
Reino Unido	3 448	1 428	1,1	-58,6

Tabela – Dormidas por ilha

ILHAS	Dormidas		Tvh (%)	Dormidas		Tvh (%)
	fev-16	fev-17		jan a fev 16	jan a fev 17	
Açores	64 175	73 353	14,3	121 295	133 814	10,3
Santa Maria	1 578	1 604	1,6	2 894	2 948	1,9
São Miguel	42 082	47 571	13,0	77 563	87 056	12,2
Terceira	15 092	15 920	5,5	29 336	29 342	0,0
Graciosa	817	1 074	31,5	1 747	1 933	10,6
São Jorge	812	1 275	57,0	1 680	2 113	25,8
Pico	1 018	1 589	56,1	2 570	3 119	21,4
Faial	2 293	3 446	50,3	4 595	5 923	28,9
Flores	373	748	100,5	764	1 153	50,9
Corvo	110	126	14,5	146	227	55,5

Tabela – Taxa líquida de ocupação-cama e estadia média

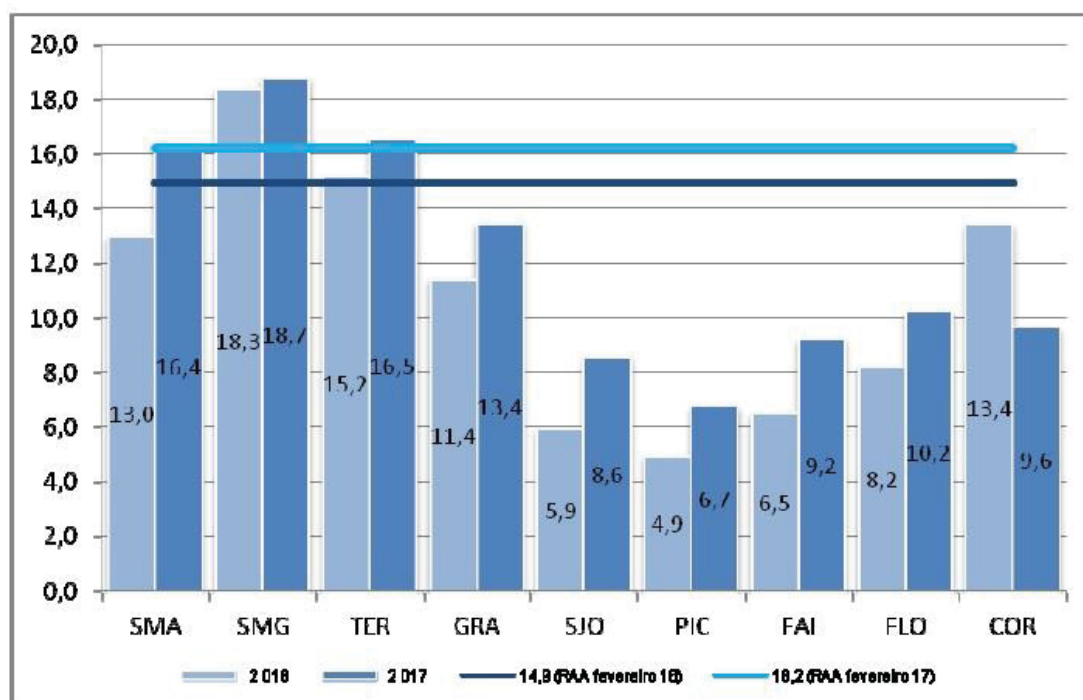
ILHAS	Taxa de Ocupação			Estada Média		
	%		V. hom. (p.p.)	(Nº de noites)		Tvh (%)
	fev-16	fev-17		fev-16	fev-17	
Açores	26,5	28,3	1,8	2,90	2,75	-5,2
Santa Maria	19,7	19,1	-0,6	2,75	2,77	0,7
São Miguel	33,9	31,0	-2,9	2,96	2,81	-5,1
Terceira	31,1	31,5	0,4	2,97	2,88	-3,0
Graciosa	16,2	21,2	5,0	3,13	3,04	-2,9
São Jorge	9,1	13,8	4,7	2,37	2,49	5,1
Pico	7,9	11,3	3,4	2,29	2,34	2,2
Faial	10,4	16,2	5,8	2,26	1,95	-13,7
Flores	11,2	14,6	3,4	3,24	2,62	-19,1
Corvo	21,8	11,4	-10,4	3,14	3,07	-2,2

Tabela – Proveitos por ilha

Unidade: euros

ILHAS	Proveitos Totais		Proveitos Aposento	
	jan a fev 16	Tvh (%)	jan a fev 17	Tvh (%)
Açores	5 368 169	18,3	3 676 649	15,6
Santa Maria	141 257	45,9	108 565	20,8
São Miguel	3 757 372	23,1	2 448 804	17,4
Terceira	889 227	6,3	701 305	9,5
Graciosa	73 839	12,7	57 266	4,2
São Jorge	77 434	15,8	56 941	11,4
Pico	116 826	-2,6	81 301	7,2
Faial	239 971	3,8	171 374	20,3
Flores	63 236	-1,5	42 086	18,8
Corvo	9 007	75,1	9 007	75,1

Figura – Rendimento médio por quarto disponível



6.6 - Evolução Atividade Turística no TER (2003 – 2014)

Tabela - Evolução das principais variáveis da atividade turística do TER

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hóspedes (unidades)	5 036	4 867	5 320	5 217	5 263	5 154	5 972	6 414	6 626	6 982	8 462	9 766
Domidas (unidades)	16 710	17 553	19 381	19 755	19 679	18 541	20 603	24 831	23 049	28 883	36 679	39 776
Estada-média (nº noites)	3,32	3,61	3,64	3,79	3,74	3,6	3,45	3,87	3,48	4,14	4,33	4,07
Proveitos totais (mil €)	1 067	1 009	1 079	1 115	1 151	904	963	1 055	935	1 085	1 362	1 571
Prov. aposento (mil €)	784	735	809	880	910	742	874	996	885	1 041	1 286	1 421
Pessoal ao serviço (nº)	61	52	51	67	66	75	84	79	80	80	85	82

Figura - Hóspedes e dormidas (TER)

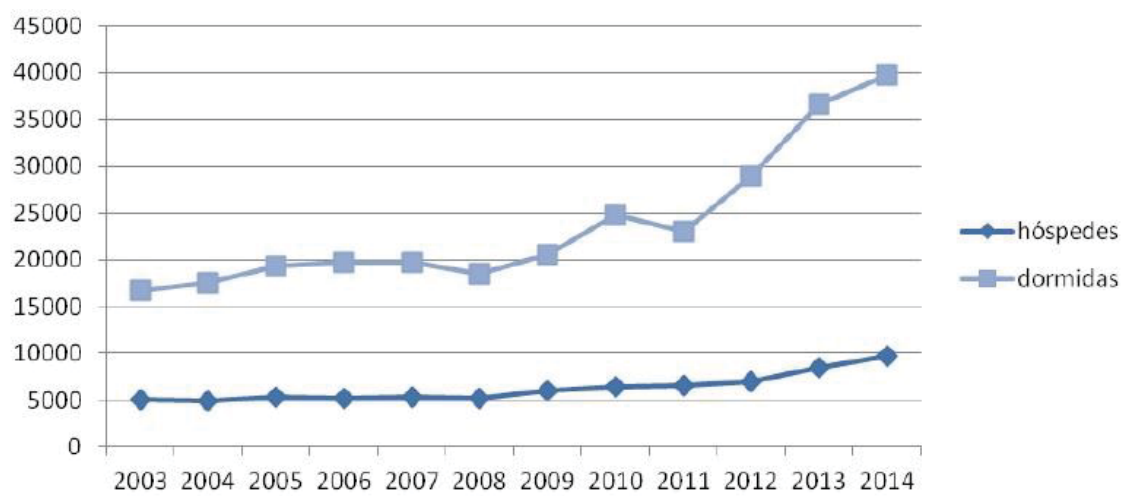


Figura – Mercado de origem

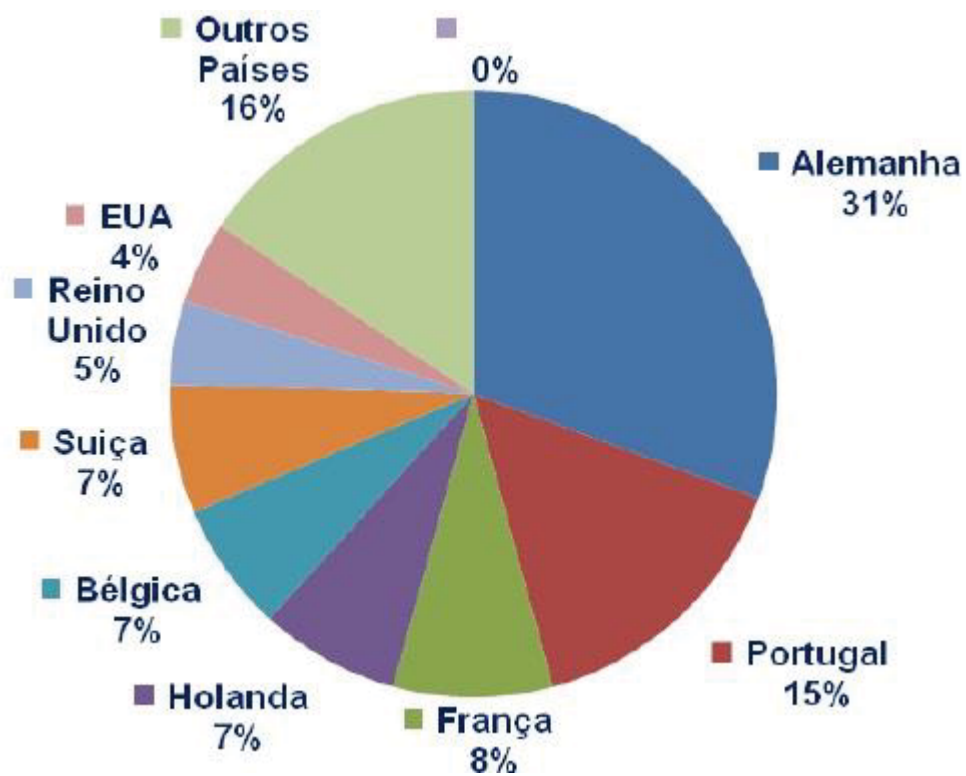


Figura – Proveitos Totais do TER

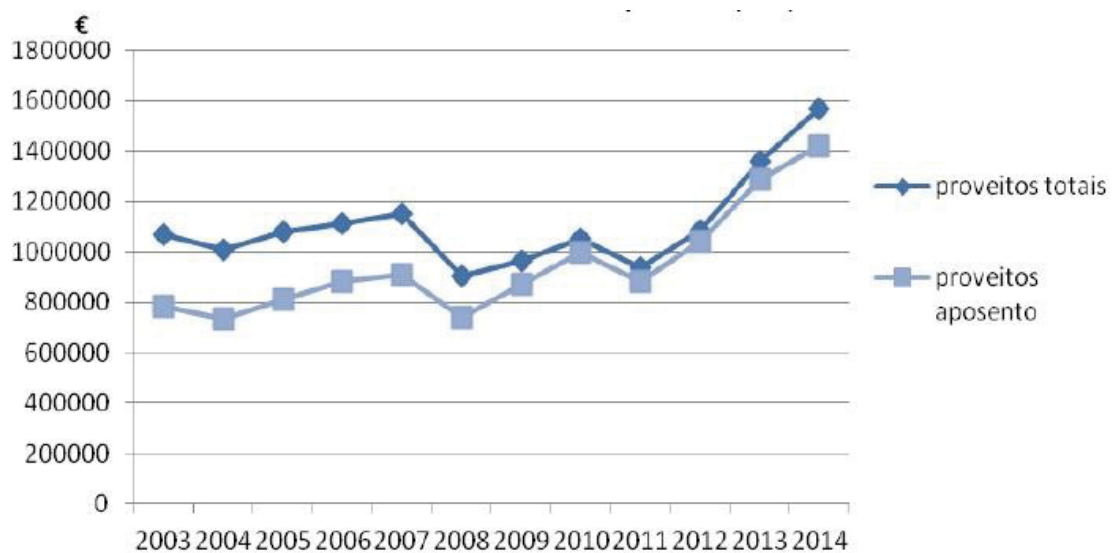
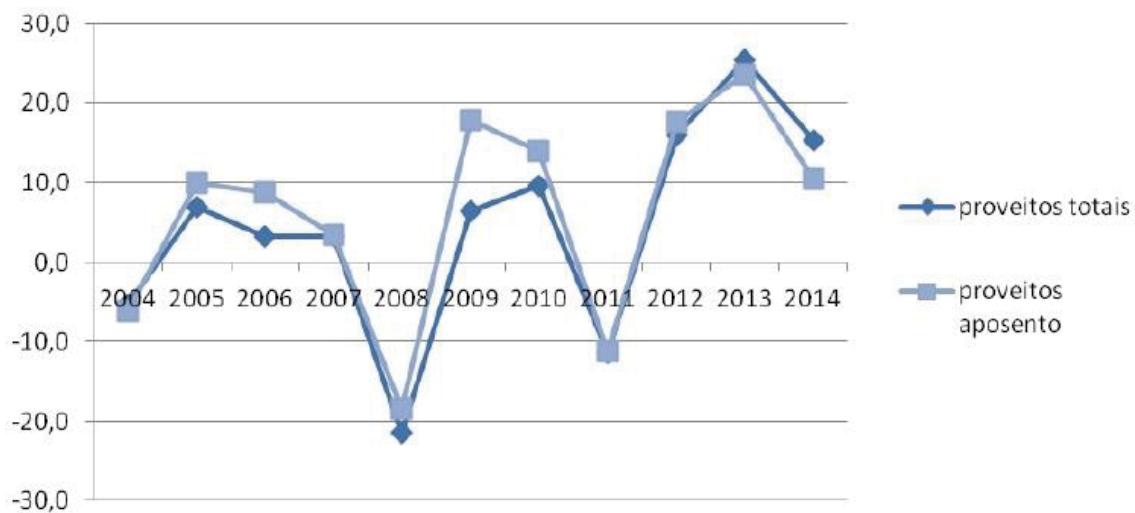


Figura – Taxa de Variação Anual (TER)



6.8 - Censos 2011

Turismo de habitação e turismo no espaço rural - Portugal			
Ano	Dormidas (milhares)	Capacidade (n.º de camas)	Taxa de ocupação (%)
2002	497,5	8 533	16,0
2003	457,5	9 337	13,4
2004	389,3	9 815	10,8
2005	452,5	10 792	11,5
2006	517,1	10 842	13,1
2007	664,5	11 327	16,1
2008	523,5	11 692	12,2
2009	827,1	13 174	17,2
2010	828,0	13 244	17,1
2011	948,7	13 495	19,2

Fonte: Turismo de Portugal

Última atualização:

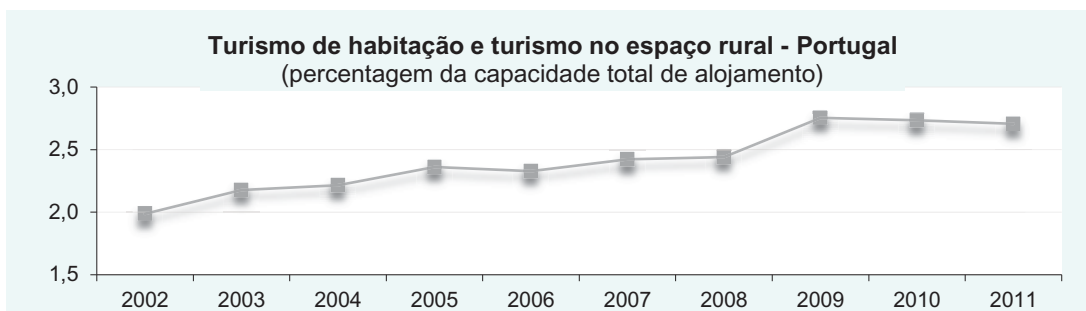
28.12.2012

Ano	Capacidade total de alojamento em Portugal	Turismo de habitação e turismo no espaço rural (TER) (% da capacidade total de alojamento) - Portugal
2002	429 450	1,99
2003	428 894	2,18
2004	442 975	2,22
2005	457 262	2,36
2006	465 985	2,33
2007	467 816	2,42
2008	478 902	2,44
2009	478 361	2,75
2010	484 229	2,74
2011	498 728	2,71

Fonte: Turismo de Portugal; INE

Última atualização:

28.12.2012



Referências Bibliográficas

Agapito, D. L. (2013). *The role of sensescapes in tourist experiences in rural areas*. Faro: Universidade do Algarve.

Almeida, A. C. (2016). *Rural tourism: What is the influence of spa as a decision factor in the accommodation choice?*. Lisboa: ISCTE Business School.

Almeida, A. M., Correia, A., e Pimpão, A. (2014). Segmentation by benefits sought: the case of rural tourism in Madeira. *Current Issues in Tourism*, 17 (9), 813-831.

Ban, J., e Ramsaran, R. R. (2017). An exploratory examination of service quality attributes in the ecotourism industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34, 132–148.

Bel, F., Lacroix, A., Lyser, S., Rambonilaza, T., e Turpin, N. (2015). Domestic demand for tourism in rural areas: Insights from summer stays in three French regions. *Tourism Management*, 46, 562-570.

Bilbao-Terol, C., e Valdés, L. (2015). The environmental setting, farming activities and rural accommodation prices. *Journal of Regional Research*, 33, 33-51.

Campón-Cerro, A. M., Hernández-Mogollón, J. M., e Alves, H. (2017). Sustainable improvement of competitiveness in rural tourism destinations: The quest for tourist loyalty in Spain. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6, 252-266.

Chin, C., Chin, C., e Wong, W. P. (2018). The Implementation of Green Marketing Tools in Rural Tourism: The Readiness of Tourists?. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27, 261-280.

Chin, C., e Lo, M. (2017). Rural tourism quality of services: fundamental contributive factors from tourists' perceptions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22 (4), 465-479.

Condesso, F. (2011). Desenvolvimento rural, património e turismo. *Cuadernos de desarrollo rural*, 8 (66), 197-222.

Eusébio, C., Carneiro, M. J., Kastenholz, E., Figueiredo, E., e Silva, D. S. (2017). Who is consuming the countryside? An activity-based segmentation analysis of the domestic rural tourism market in Portugal. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 197-210.

Eusébio, C., Kastenholz, E., e Breda, Z. (2014). Tourism and sustainable development of rural destinations: A stakeholders' view. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 36, 13-21.

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

Figueiredo, E., Kastenholz, E., e Pinho, C. (2014). Living in a rural tourism destination – Exploring the views of local communities. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 36, 3-12.

Guzman-Parra, V. F., Quintana-García, C., Benavides-Velasco, C. A., e Vila-Oblitas, J. R. (2015). Trends and seasonal variation of tourist demand in Spain: The role of rural tourism. *Tourism Management Perspectives*, 16, 123–128.

Jesus, C., e Franco, M. (2016). Cooperation networks in tourism: A study of hotels and rural tourism establishments in an inland region of Portugal. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 165-175.

Kastenholz, E. (2002). *The Role and Marketing Implications of Destination Images on Tourist Behavior: The case of Northern Portugal*. Aveiro: Universidade de Aveiro.

Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Eusébio, C., e Figueiredo, E. (2013). Host–guest relationships in rural tourism: evidence from two Portuguese villages. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24 (3), 367–380.

Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., e Loureiro, S. (2018). The dimensions of rural tourism experience: impacts on arousal, memory, and satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35 (2), 189-201.

Kastenholz, E., Eusébio, C., Figueiredo, E., Carneiro, M. J., e Lima, J. (2014). *Reinventar o turismo rural em Portugal: Cocriação de experiências turísticas sustentáveis*. Aveiro: UA Editora.

Lai, P., Morrison-Saunders, A., e Grimstad, S. (2017). Operating small tourism firms in rural destinations: A social representations approach to examining how small tourism firms cope with non-tourism induced changes. *Tourism Management*, 58, 164-174.

López, A., e Ramos, D. (2015). Innovation in Services: The Case of Rural Tourism in Argentina. *Emerging Markets Finance & Trade*, 51 (3), 635-646.

Martins, L. S. (2012). *O "alojamento local" – entre o impulso da novidade e a maturidade do turismo rural português*. Porto: Universidade do Porto.

Mendonça, C. A. (2015). *Perceções dos turistas sobre as práticas de sustentabilidade ambiental no turismo rural – O caso de São Miguel*. Ponta Delgada: Universidade dos Açores.

Palma, A. R. (2014). *Turismo em Espaço Rural no Centro de Portugal*. Viana do Castelo: Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

Peña, A. I., Jamilena, D. M., e Molina, M. A. (2012). Validation of a market orientation adoption scale in rural tourism enterprises. Relationship between the characteristics of the enterprise and extent of market orientation adoption. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 139–151.

Pesonen, J., e Komppula, R. (2010). Rural Wellbeing Tourism: Motivations and Expectations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17, 150-157.

Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., e Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, 60, 147-158.

Rid, W., Ezeuduji, I. O., e Pröbstl-Haider, U. (2014). Segmentation by motivation for rural tourism activities in The Gambia. *Tourism Management*, 40, 102-116.

Río-Rama, M. C., Álvarez-García, J., e Simonetti, B. (2017). Quality, Key Tool in Tourist Destinations. Implementation in Rural Accommodation. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 44, 23-37.

Silva, L. (2007). A procura do turismo em espaço rural. *Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia*, 11 (1), 141-163.

Zhou, L. (2014). Online rural destination images: Tourism and rurality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3, 227-240.

UNIVERSIDADE DOS AÇORES
Faculdade de Economia e Gestão

Rua da Mãe de Deus
9500-321 Ponta Delgada
Açores, Portugal