

Potencialidade do **turismo equestre** em Portugal

NUNO MAGALHÃES * [numagalhaes78@hotmail.com]

JOAQUIM ANTUNES ** [jantunes@estv.ipv.pt]

CRISTINA BARROCO *** [cbarroco@estv.ipv.pt]

Palavras-Chave | Turismo equestre, Oferta turística, Turista equestre, Cavalo, Produto turístico, Motivações.

Objetivos | O turismo equestre é a atividade turística que utiliza o cavalo ou outros equídeos como principal fator de atração turística. Subdivide-se em turismo a cavalo e turismo do cavalo, tendo cada subgrupo públicos e produtos diferentes. Em Portugal, esta atividade tem potencial para gerar cerca de 300 milhões de euros (Neoturís, 2008), contribuindo para o desenvolvimento das economias rurais e do turismo nacional. Contudo tem merecido muito pouca análise ou estudo. Pela longa história ligada ao cavalo e pela diversidade de elementos únicos que existem em Portugal e que o diferenciam, existe ainda muito a fazer para que possa haver uma oferta de turismo equestre capaz de afirmar o país como destino de turismo equestre europeu e/ou mundial. Assim sendo, são objetivos deste trabalho:

- i) Perceber o potencial do turismo equestre nacional e contribuir para o seu desenvolvimento;
- ii) Realizar uma análise profunda do setor, por parte da oferta e da procura;
- iii) Identificar carências e mais-valias do país enquanto mercado de turismo equestre;
- iv) Gerar *outputs* que permitam criar uma oferta competitiva;
- v) Diferenciar a oferta turística nacional;
- vi) Perceber as motivações do turista equestre;
- vii) Contribuir para a criação de um produto diferenciado e diferenciador adequado ao perfil do consumidor.

Metodologia | Para tentar perceber o que é o turismo equestre, as suas características, o perfil e a motivação dos seus consumidores, assim como a oferta disponível, realizou-se uma profunda revisão da literatura existente e relevante para a temática, a nível mundial e nacional, e fez-se uma análise de *case studies* existentes. Partindo desta análise documental pretende-se levar a cabo entrevistas exploratórias junto de algumas empresas/entidades vocacionadas para o turismo equestre.

Como um dos objetivos desta investigação é perceber o que motiva o turista equestre e o seu envolvimento na escolha por determinado destino em detrimento de outros, procedeu-se à revisão da literatura das variáveis de comportamento do consumidor: motivação e envolvimento. Desenvolveu-se uma escala para cada uma destas variáveis o que permitiu elaborar um questionário a aplicar aos turistas equestres em território nacional. Este será aplicado aos clientes de empresas

* Licenciado em Turismo e Mestrando em Gestão Turística na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu.

** Doutor em Gestão, na Especialidade de Marketing, pelo ISCTE. Professor Coordenador na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu.

*** Doutoranda em Turismo na Universidade de Aveiro. Professora Adjunta na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu.

com atividades de turismo equestre, nomeadamente alojamento, passeios a cavalo, organizações de concursos equestres, coudelarias, centros hípicas/centros equestres, com o objetivo de perceber os fatores que motivam os turistas equestres a escolher Portugal e as atividades de turismo equestre nacionais, assim como o grau de envolvimento que os consumidores de turismo equestre têm na escolha dos destinos e das atividades de turismo equestre. Pretende-se assim perceber de que forma elementos diferenciadores, como o cavalo lusitano, a qualidade das instalações equestres e de alojamento, o clima, a tradição, entre outros, são determinantes na escolha de Portugal enquanto destino.

Principais resultados e contributos | Este estudo mostra que é possível articular o turismo equestre com outros tipos de produtos turísticos, criando uma oferta composta e diferenciadora que proporcione experiências enriquecedoras e distintas. Este tipo de turismo provoca especial impacto no desenvolvimento do turismo em espaço rural, turismo de aventura, turismo de natureza e turismo desportivo, podendo, ao mesmo tempo, interagir com outros produtos turísticos, como a saúde e bem-estar, o golfe, a cultura ou a gastronomia e vinhos.

Os produtos oferecidos pelo turismo equestre vão desde simples passeios a cavalo ou de charrete, a itinerários de vários dias ou semanas em locais mais ou menos sinuosos, a períodos passados em explorações agrícolas onde os turistas pagam para viver a experiência das lides do campo e o dia-a-dia de uma coudelaria, sendo ainda disponibilizada a assistência em eventos equestres, a participação em provas desportivas, em feiras ou em estágios.

A revisão de literatura mostra que é necessário diferenciar o tipo de oferta e procura do turismo equestre, de acordo com o produto e com os seus públicos (TURIHAB, 2012; Oliveira, 2010; Patrão, 2008; Figueira, 2007; GDT, 2006). Para além do fascínio pelo mundo do cavalo, os turistas equestres são atraídos pelas características locais e do meio envolvente, permitindo diversificar as formas de animação turística existentes, contribuindo para o desenvolvimento das economias rurais, a redução da sazonalidade e das assimetrias regionais entre o litoral e o interior do país, ao atrair fluxos externos, nomeadamente de turistas estrangeiros. Este tipo de turismo pretende oferecer ao turista uma experiência rica e autêntica, onde este possa ter um contacto com a natureza, cultura, ruralidade, tradições, artesanato, gastronomia, entre outros. Os estudos existentes mostram que o turista equestre tende a passar mais tempo no destino do que a generalidade dos consumidores de turismo desportivo (Brown, 2003), procurando uma oferta integrada e com multiprodutos (Györffi, 2001). Portugal apresenta atributos únicos que permitem o desenvolvimento do turismo equestre de qualidade: a existência de três raças autóctones de cavalos portugueses, com características únicas no mundo (lusitano, garrano, sorraia); o reconhecimento, nacional e internacional do cavalo lusitano (o mais antigo cavalo de sela do mundo) e do cavalo sorraia (fator distintivo da cultura portuguesa); passado e tradição ligados ao cavalo e à cultura equestre; instalações desportivas com elevados padrões de qualidade; número significativo de eventos/provas internacionais que se realizam por todo o país, em particular em períodos em que no resto da Europa as competições estão paradas, sendo Portugal procurado para a preparação de provas da nova época; um clima ameno que permite praticar atividades ao ar livre durante todo o ano; entre outros.

Espera-se com este trabalho contribuir para o reconhecimento do potencial do turismo equestre, para a sua implantação sustentada no país; estimular o estudo e a criação científica sobre esta temática; perceber as motivações que levam o turista equestre a escolher determinado destino, atividade ou programa em detrimento de outros.

Limitações | As principais limitações deste estudo prendem-se com a quase inexistência de literatura e de material de investigação sobre o turismo equestre, o que limitou, em muito, a possibilidade de aprofundar o estudo. Esta falta de material de estudo, que permita conhecer corretamente o potencial e os seus condicionantes, é limitadora para o desenvolvimento do produto e para a abertura de mentalidades junto do setor equestre, que não vai sendo capaz de encarar o turismo equestre como uma forma de desenvolvimento das suas atividades.

Conclusões | Conclui-se que, em Portugal, o produto e o público estão identificados, assim como os desafios que se colocam ao setor. Contudo, é necessário mudar mentalidades, visões e estratégias de forma a explorar corretamente e rentavelmente um nicho de mercado com potencial para diferenciar a oferta turística nacional e para desenvolver o país. É necessário que haja uma caracterização profunda da oferta, o reconhecimento do potencial do negócio do turismo equestre, o incentivo à investigação e à criação literária.

Já existem alguns exemplos de reconhecimento dos benefícios deste tipo de produto turístico, no entanto, ainda são uma pequena minoria num país com um enorme potencial. O turismo equestre permite atrair públicos com maior poder

de compra, que valorizam as experiências e a qualidade dos produtos, mas para isso Portugal terá de disponibilizar uma oferta competitiva e diferenciada.

Referências |

- Brown, D. O. (2003). Perception differences among visitor groups: The case of horse-motivation pattern. *World Leisure Journal*, 45(3), 214-222.
- Figueira, L. M. (2007, 27 Julho). *Desenvolvimento do turismo equestre: Mitos e realidades. Estudo de caso na região de influência do Município da Golegã*. Artigo apresentado no Congresso Internacional 'Turismo na região de Leiria', Instituto Politécnico de Leiria – Escola Superior de Tecnologias do Mar de Peniche.
- GDT. (2006, 10 de Março). *Estudio de mercado del sector ecuestre europeo en los territorios atlánticos*. Artigo apresentado no Congresso Europeo de Turismo Ecuestre, Burguillos del Cerro.
- Györfy, V. A. (2001). *The reference book of equestrian tourism*. Budapest.
- Neoturis. (2008, 15-17 Maio). *Portugal, um novo destino de turismo equestre*. Artigo apresentado no Congresso Internacional de Turismo Ecuestre, Alter do Chão.
- Oliveira, C. (2010). *Turismo equestre: Diagnóstico e perspectivas de desenvolvimento em Portugal*. Artigo apresentado no Congresso Internacional de Turismo, Património & Inovação, Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo.
- Patrão, L. (2008, 15-17 Maio). *A tradição equestre como elemento de valorização da oferta turística*. Artigo apresentado no Congresso Internacional de Turismo Ecuestre, Alter do Chão.
- TURIHAB (2012). *Itinerários de turismo equestre – Metodologia de implementação: Estudo de caso Minho-Lima*. Acedido a 23 de janeiro de 2014, em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/Itinerarios%20de%20turismo%20equestre.pdf>