

O perfil do turista e a experiência vivida em espaço rural no Alto Alentejo

Tourist profile and lived **experience in rural areas** in Alto Alentejo

EVA MILHEIRO * [eva@esep.pt]

ELISABETH KASTENHOLZ ** [elisabethk@ua.pt]

MARIA JOÃO CARNEIRO *** [mjcarneiro@ua.pt]

Palavras-chave | Turismo em espaço rural, comportamento do consumidor em turismo, perfil dos hóspedes, experiência turística, Alto Alentejo

Objetivos | O Turismo em Espaço Rural (TER) em Portugal é constituído maioritariamente por pequenas unidades de alojamento, associadas a um atendimento personalizado, familiar, de alguma forma revivalista de um passado genuíno e puro, integradas em espaços naturais, onde o estilo de vida é mais saudável e isento de stress (Milheiro, Kastenzholz & Carneiro, 2016). Estas características podem permitir dar resposta às tendências atuais de mercado, pelo que nos parece relevante proceder a mais investigação que ajude a perceber a forma como o consumidor do TER se comporta e vive a sua experiência nestes espaços.

O objetivo deste trabalho é compreender quem são os turistas, de onde provêm, o que procuram, como vivem a sua experiência no espaço rural e nas unidades que fornecem serviço de alojamento em espaço rural no Alto Alentejo. Esta compreensão do perfil do turista é importante para uma melhor adaptação dos negócios TER às expectativas do seu mercado, permitindo assim uma maior satisfação, e porventura taxas de ocupação maiores deste tipo de alojamento, contribuindo para um desenvolvimento mais sustentável do turismo nas áreas rurais do Alto Alentejo (Eusébio & Kastenzholz, 2010; Kastenzholz, Eusébio, Figueiredo, Carneiro, & Lima, 2014; Lane & Kastenzholz, 2015; Milheiro, Eusébio, & Kastenzholz, 2014).

Metodologia | O estudo empírico cujos resultados provisórios se apresentam neste trabalho está a ser conduzido em 40 das 86 unidades de alojamento de TER existentes no Alto Alentejo, e insere-se numa tese de doutoramento em curso que visa compreender a experiência em TER nas unidades de alojamento e no destino. O Alto Alentejo engloba 15 concelhos com características marcadamente rurais e, apesar de ser ainda uma das regiões mais deficitárias do país no que concerne à oferta e procura turísticas,

* **Doutoranda em Turismo** na Universidade de Aveiro. **Professora Adjunta** no Instituto Politécnico de Portalegre e **membro** das unidades de investigação GOVCOPP e C3i.

** **Doutora em Turismo** pela Universidade de Aveiro. **Professora Associada** na Universidade de Aveiro e **membro** da unidade de investigação GOVCOPP.

*** **Doutora em Turismo** pela Universidade de Aveiro. **Professora Auxiliar** na Universidade de Aveiro e **membro** da unidade de investigação GOVCOPP.

apresenta características singulares e atrativas para o mercado do TER, que tem crescido nos últimos anos na região.

Nesta comunicação apresentam-se os resultados obtidos entre junho de 2015 e agosto de 2016, em 18 das unidades participantes no estudo. O questionário foi auto-administrado a hóspedes portugueses e estrangeiros, com a colaboração dos proprietários das unidades, e contemplou questões sobre o perfil dos visitantes, o comportamento em viagem, a imagem do destino e a experiência turística no destino e nas unidades.

Principais resultados e contributos | No período referido obtiveram-se 154 respostas válidas ao questionário. As respostas permitem-nos avaliar, de uma forma exploratória, o perfil sociodemográfico, motivos da visita e características da viagem dos hóspedes das unidades TER. A satisfação e a fidelização, enquanto resultados da experiência vivida, também foram avaliadas.

Não obstante os dados apresentados permitirem apenas uma análise exploratória e uma visão parcial do comportamento do consumidor em turismo rural no Alto Alentejo, na medida em que ainda não se apuraram os resultados para a totalidade das unidades participantes no estudo, há alguns aspetos que podemos desde já salientar e que contribuem para um aprofundamento do conhecimento do comportamento do consumidor em TER e da forma como este consumidor vive a sua experiência no destino e nas unidades de alojamento.

A maioria dos hóspedes que responderam ao questionário são de nacionalidade portuguesa, provenientes principalmente da região de Lisboa e Vale do Tejo e vivem num ambiente urbano. A média da idade dos inquiridos ronda os 44,2 anos. A maioria possui o bacharelato ou licenciatura, seguindo-se o grau de mestre/ doutor. O rendimento médio mensal líquido dos agregados familiares de mais de metade dos hóspedes situa-se entre os 1000 e os 2000 euros ou entre os 2.001 e os 4.000 euros.

No que concerne ao comportamento em viagem, a maioria referiu que já conhecia o destino. Esta “fidelização” também ocorre nas unidades onde ficaram hospedados. A estadia média é de três noites. Verifica-se que os respondentes são clientes habituais de unidades TER. O conhecimento da unidade onde ficaram alojados, adveio maioritariamente da Internet, seguindo-se os familiares ou amigos. A maioria viaja em casal e com filhos.

Inquiridos sobre os motivos da visita ao destino Alto Alentejo, sobressai a procura de relaxamento num ambiente calmo e relaxante (descansar, sossego, tranquilidade, paz), as férias e lazer. No que respeita aos atributos valorizados na escolha do destino, i.e. benefícios concretos procurados, ressaltam como mais importantes a tranquilidade/ambiente relaxante, a paisagem e a natureza, a hospitalidade, e os recursos culturais e históricos. O item menos valorizado foi a proximidade com Espanha, não obstante ser este um destino de fronteira. Atividades relacionadas com a animação e eventos ou atividades desportivas e de aventura não parecem ser muito valorizadas pelos visitantes.

Nos aspetos que associam à imagem do destino, sobressaem aqueles que são relacionados com a paisagem/ natureza (paisagem, vastidão/imensidão/horizonte aberto, natureza, campos, luz, agricultura, beleza, animais, céu, chilrear dos passarinhos); a fuga ao estresse urbano (tranquilidade, sossego, descanso, paz, calma, silêncio); a gastronomia e vinhos; as pessoas (povo/gentes/pessoas, hospitalidade, convívio, nostalgia, acolhedor, família, simpatia, afabilidade); a história/ património e o clima.

No que respeita aos aspetos a melhorar no destino, muitas foram as sugestões, com grande incidência na acessibilidade e sinalética, informação e comunicação do destino, atividades e eventos, infraestruturas turísticas e outras infraestruturas. Nas unidades de alojamento, o acesso à Internet e o acesso físico à

unidade foram os aspetos que mereceram maior relevo. As restantes sugestões são variadas e no sentido de melhorar o conforto físico dos alojamentos ou a sua manutenção.

A satisfação dos visitantes, tanto no que respeita ao destino como à sua estadia nas unidades TER, é muito elevada. Os indicadores de fidelização também são muito positivos, principalmente no que concerne à repetição da visita, tanto ao destino como às unidades, bem como a recomendação.

Limitações | O estudo ainda se encontra em curso, pelo que os resultados apresentados são parciais e não contemplam a totalidade do território. Com uma amostra de maior dimensão prevêem-se ainda abordagens analíticas multivariadas, que permitirão uma compreensão das relações entre variáveis.

Conclusões | A maior parte dos hóspedes das unidades TER provém de um meio urbano, e parecem valorizar sobretudo as dimensões da experiência relacionadas com o relaxamento e a tranquilidade, a beleza paisagística, valor patrimonial do destino e a hospitalidade das suas gentes. Estes resultados vêm confirmar os de outros estudos sobre turistas em meio rural em Portugal (Eusébio & Kastenzholz, 2010; Kastenzholz et al., 2014). A gastronomia e vinhos e o clima são outros aspetos frequentemente associados e valorizados neste destino.

A região, e as unidades em particular, parecem ser apelativas para as viagens em família. Os hóspedes são maioritariamente portugueses originários de meios urbanos. Estes dados parecem atestar uma das principais motivações associadas ao TER, ou seja, a fuga ao ambiente de stress das grandes cidades, a procura da tranquilidade em contacto com a natureza e com um ambiente acolhedor e autêntico proporcionado pela hospitalidade das gentes e pela riqueza do património cultural e ambiental.

Não obstante a satisfação manifestada pelos visitantes em relação ao destino e às unidades, e mesmo uma certa tendência de fidelização, este estudo sugere que é necessário melhorar alguns aspetos, quer no destino, quer nas unidades, que poderão proporcionar uma melhor experiência na visita, tais como as acessibilidades, informação, melhoria das infraestruturas turísticas e alguns aspetos físicos nas unidades, no sentido de aumentar o conforto dos hóspedes e proporcionar uma experiência global mais apelativa e memorável (Kastenzholz et al., 2014).

References |

- Eusébio, C., & Kastenzholz, E. (2010). Quem procura o turismo em espaço rural? Especificidades do mercado da Região Centro de Portugal. In Figueiredo, E, Kastenzholz, E., Eusébio, M.C., Gomes, M.C., Carneiro, M.J., Batista, P., Valente, S. (Eds.), *Mundos rurais em Portugal: Múltiplos olhares, múltiplos futuros* (pp. 334-346). Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Kastenzholz, E., Eusébio, C., Figueiredo, E., Carneiro, M.J., & Lima, J. (Coords.) (2014). *Reinventar o turismo rural em Portugal: Cocriação de experiências turísticas sustentáveis*. Aveiro: UA Editora.
- Lane, B., & Kastenzholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches towards a new generation concept?. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156.
- Milheiro, E., Eusébio, C., & Kastenzholz, E. (2014). Turismo e desenvolvimento económico em territórios rurais: Uma revisão da literatura. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21/22, 133-145.
- Milheiro, E., Kastenzholz, E. & Carneiro, M.J. (2016). A experiência turística em unidades de Turismo em Espaço Rural no Alto Alentejo: um estudo exploratório. *Smart and Inclusive Development in Rural Areas, Book of Proceedings of the 11th Iberian Conference on Rural Studies* (pp. 574-579). Vila Real: UTAD.