

**CARLOS ALBERTO PERLUCHO DA SILVA**

**EXECUÇÃO E EXPLORAÇÃO DE UMA UNIDADE  
DE TURISMO EM ESPAÇO RURAL,  
NA MODALIDADE DE CASAS DE CAMPO**

**Orientadora: Professora Doutora Joana Maria de Oliveira Neves**

**Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias**

**Faculdade de Ciências Sociais e Humanas**

**Lisboa**

**2011**

**CARLOS ALBERTO PERLUCHO DA SILVA**

**EXECUÇÃO E EXPLORAÇÃO DE UMA UNIDADE  
DE TURISMO EM ESPAÇO RURAL,  
NA MODALIDADE DE CASAS DE CAMPO**

Projecto apresentado para obtenção do Grau de Mestre em Turismo no Curso de Mestrado em Turismo conferido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

**Orientadora: Professora Doutora Joana Maria de Oliveira Neves**

**Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias**

**Faculdade de Ciências Sociais e Humanas**

**Lisboa**

**2011**

## EPÍGRAFE

*A emoção primeiro que tudo.*

Os cidadãos procuram cada vez mais o campo. É esta a conclusão a que se poderia chegar através da leitura de tudo o que se tem escrito sobre os progressos registados pelo turismo rural, um pouco por toda a Europa. De que se trata realmente?

*Henri Grolleau*

## DEDICATÓRIA

Aos meus antepassados, que da terra viveram e me educaram, cultivando as raízes do meu crescimento.

Aos meus filhos, pelo apoio que me deram e o tempo que lhes roubei.

## AGRADECIMENTOS

A concretização deste projecto só foi possível graças ao apoio e colaboração de várias pessoas e entidades, a quem quero deixar o meu sincero e reconhecido agradecimento:

À Professora Doutora Joana Maria de Oliveira Neves, orientadora deste trabalho, pelo contínuo e sábio desafio, enorme confiança, incentivo e paciência demonstrada;

Aos amigos e colegas de curso, pelo apoio e contributo demonstrado durante estes dois anos de troca de experiências enriquecedoras;

Ao Doutor Pedro Pisco, Administrador da Empresa Nazaré Qualifica, pelo seu dinamismo e apoio no ultrapassar as barreiras burocráticas, que ao longo do percurso foram surgindo.

À equipa de projectistas, arquitecto e colegas engenheiros que colaboraram na elaboração de todos os projectos de arquitectura e engenharia, e ainda a todos aqueles, que de uma maneira ou de outra, contribuíram para que este projecto se cumprisse.

Por último, um especial obrigado à minha família, sobretudo aos meus filhos, Maria Inês e José Carlos, pelo seu entendimento.

## RESUMO

O turismo rural é um sector económico e social em pleno crescimento, o que justifica que um número cada vez maior de operadores, (nomeadamente promotores e investidores) comecem a interessar-se por este. No entanto, as organizações e as prestações do turismo rural sofrem de fraquezas crónicas, em matéria de definição da produção e de concretização da distribuição, ou seja, a forma como estas colocam os seus produtos no mercado é insuficiente. É conveniente, portanto, reflectir sobre o assunto e contribuir, mesmo que de uma forma modesta, para a alteração desta paisagem díspar para melhor responder às necessidades de desenvolvimento do mundo rural. Na maior parte dos casos o turismo rural reduz-se ao agroturismo (acolhimento turístico nas explorações agrícolas), englobando o turismo verde, com locais tranquilos e alternativos ligados ao campo. Pretende-se que o turismo rural exista, se desenvolva, agrada, para que se distinga do turismo de massas. É por tudo isto que os cidadãos cada vez mais ávidos de particularidades procuram o campo, a natureza e a ruralidade que são locais seguros e tranquilizadores. Neste contexto, surgem novas unidades de turismo em espaço rural e actividades de complementaridade, como a Unidade Casa da Fonte Velha, objecto do presente projecto, contribuindo para o reforço da oferta turística local e regional, assim como para um desenvolvimento económico, social e ambiental do concelho onde se insere.

Palavras-chave: Espaços rurais, desenvolvimento, turismo, turismo em espaço rural.

## ABSTRACT

Rural tourism is a continuously growing economic and social sector, which justifies the fact that a growing number of operators, (namely promoters and investors) are beginning to take interest in it. Nevertheless, the organizations and the performance of the rural tourism suffer from chronic weaknesses, in terms of production definition e distribution effectiveness, which means that the way they place their products in the market is insufficient. It is therefore convenient to give the subject some thought and do some work towards altering this situation, even in a modest way, in order to cope with the rural development needs. In most cases, the rural tourism is confined to the agro-tourism (Agrícola exploration tourism reception), gathering the green tourism, with alternate and quiet locations connected to the country. It is important to maintain and develop the rural tourism in a way to please and grow apart from the masses tourism. These are the reasons why, a growing number of citizens, look forward to finding specific spots, such as the country side, where it is possible to enjoy nature as a safe and peaceful location. In this context, new touristic units are developing in rural areas and complementary activities, as the Casa da Fonte Velha Unit, subject of the present project, adding to the reinforcement of the local and regional touristic offer, as well as to the economic, social and environmental development of the region where it is integrated.

Key words: Rural spaces, development, tourism, rural tourism.

## ABREVIATURAS, SIGLAS E SÍMBOLOS

ABAE-	Associação Bandeira Azul da Europa
APCER-	Associação Portuguesa de Certificação
BREEAM-	Building Research Establishment Environmental Assessment Method
BTT-	Bicicleta Todo o Terreno
CAE-	Classificação Portuguesa de Actividades Económicas
CREUE-	Comité do Rótulo Ecológico da União Europeia
EMAS-	Eco-Management and Audit Scheme
GAL-	Grupos de Acção Local
GAO-	Grau de Alavanca Operacional
GG21-	Green Globe 21
GSTC-	Global Sustainable Tourism Criteria
INE-	Instituto Nacional de Estatística
ISSO-	International Organization for Standardization
ITED-	Infra-Estruturas de Telecomunicações em Edifícios
IVA-	Imposto sobre o Valor Acrescentado
LEADER-	Ligações entre Acções de Desenvolvimento da Economia Rural
LECS-	Luxury Eco Certification Standard
LEED-	Leadership in Energy and Environmental Design, ()
LiderA-	Sistema Português de Avaliação da Sustentabilidade
NIPC-	Número de Identificação de Pessoa Colectiva
NP-	Norma Portuguesa
NUT-	Nomenclatura de Unidade Territorial
OHSAS-	Occupational Health and Safety Management System
OMT-	Organização Mundial do Turismo
ONG-	Organização Não Governamental
PAC-	Política Agrícola Comum
PATES-	Plano de Acção para um Turismo Europeu mais Sustentável
PENT-	Plano Estratégico Nacional para o Turismo
PNUD-	Programa da Nações Unidas para o Desenvolvimento
PR-	Período de Recuperação
PRI-	Período de Retorno do Investimento
RJUE-	Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação

ROI-	Return On Investment
ROR-	Rate Of Return
SI -	Sistema de Incentivos
SPA-	Saúde Pela Agua
STEP-	Sustainable Tourism Ecocertification Program
TAP-	Transportes Aéreos Portugueses
TER-	Turismo Em Espaço Rural
TH-	Turismo de Habitação
TIR-	Taxa Interna de Rendibilidade
UE-	União Europeia
VAL-	Valor Actual Líquido
WWW-	World Wide Web

## ÍNDICE GERAL

	Pág.
EPIGRAFE .....	3
DEDICATÓRIA .....	4
AGRADECIMENTOS .....	5
RESUMO .....	6
ABSTRACT .....	7
ABREVIATURAS, SIGLAS E SÍMBOLOS.....	8
ÍNDICE GERAL .....	10
ÍNDICE DE QUADROS .....	12
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	13
ÍNDICE DE FIGURAS .....	14
PREÂMBULO .....	15
CAPITULO 1 .....	18
TURISMO EM ESPAÇO RURAL .....	18
1.1- Introdução .....	19
1.2- Enquadramento Geral .....	20
1.3- Evolução e Políticas de Desenvolvimento.....	22
1.4- Sustentabilidade Estratégica e Visão .....	23
1.5- Fases do Processo de Legalização e Instalação .....	26
CAPITULO 2 .....	28
A CERTIFICAÇÃO DO TER E O TURISMO SUSTENTÁVEL .....	28
2.1- Introdução .....	29
2.2- A Certificação do Turismo em Espaço Rural .....	30
2.3- Principais Certificações e Rótulos Ecológicos .....	30
2.3- Vantagens da Certificação .....	34
CAPITULO 3 .....	37
ESTRATÉGIAS DE ANIMAÇÃO NO TURISMO EM ESPAÇO RURAL .....	37
3.1- Introdução .....	38
3.2- Contributos para a Valorização dos Destinos .....	38
3.3- Qualidade Como Factor Determinante .....	40
3.4- Lazer e Recreação .....	41
3.5- Animação Versus Turismo em Espaço Rural .....	42

	Pág.
CAPITULO 4 .....	44
PROJECTO, CASA DA FONTE VELHA .....	44
4.1- Introdução .....	45
4.2- Os Números do TER em Portugal .....	45
4.3- Projecto Casa da Fonte Velha.....	50
4.3.1- Apresentação da Empresa .....	53
4.3.2- Análise Estratégica .....	53
4.3.3- Estratégia de Marketing.....	55
4.3.4- Recursos Humanos .....	60
4.3.5- Análise S.W.O.T. ....	61
4.3.6- Estudo Financeiro.....	64
4.3.7- Calendarização .....	70
CONCLUSÃO.....	71
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	73
APÊNDICES .....	i
APÊNDICE I .....	ii
APÊNDICE II.....	iii
APÊNDICE III .....	iv

## ÍNDICE DE QUADROS

	Pág.
Quadro 1- Cronologia do turismo e sustentabilidade .....	23
Quadro 2 - Objectivos da oferta de lazer e de animação nas zonas de TER .....	43
Quadro 3 – Número de Estabelecimentos e Capacidade de Alojamento, por modalidades / Camas em 2008, Δ08/07 .....	46
Quadro 4 - Número de Estabelecimentos, por NUTS II e modalidades em 2008.....	48
Quadro 5 - Capacidade de alojamento em camas por NUTS II e modalidade - em 2008.....	49
Quadro 6 - Dados da Empresa .....	53
Quadro 7 – Preços Praticados na Região pelas Unidades de TER .....	57
Quadro 8 – Política de Preços .....	58
Quadro 9 – Resumo do Investimento .....	67
Quadro 10 – Fontes de Financiamento .....	68
Quadro 11 – Projecção das receitas .....	68
Quadro 12 – Previsão do VAL .....	69

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1 - Taxas de ocupação - cama, por modalidades – em %.....	49
Gráfico 2 - Gráfico de Gantt, Calendarização .....	70

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 - Estabelecimentos TER-TH 2008, Tipologia geográfica das principais áreas de oferta. ....	47

## PREÂMBULO

O presente projecto intitulado “Execução e Exploração de uma Unidade de Turismo em Espaço Rural, na modalidade de Casas de Campo” surge no âmbito do curso de Mestrado em Turismo com o objectivo do autor apresentar um projecto de instalação e funcionamento de uma unidade Turismo em Espaço Rural (TER), na modalidade de Casas de Campo, a implementar no Litoral Oeste de Portugal.

Ouve-se falar todos os dias em projectos nas várias áreas da sociedade, principalmente em engenharia, gestão, educação, entre outros. A ideia de projecto pode ter diversos significados. Pode referir-se à intenção expressa, de forma mais ou menos precisa, de realizar algo, ou pode ser também a previsão detalhada do que se pretende fazer, ou seja, a programação/planificação rigorosa (Bordalo e Ginestet, 1993). Assim, poder-se-á dizer que é o processo que nos permite atingir um determinado estado ou produto final, obra.

Pode-se afirmar que as actividades baseadas em projectos, são actividades intencionais que implicam o envolvimento activo de todos, e desenvolvidas tendo em conta os vários contextos, as condições existentes para a sua realização e os recursos disponíveis. Além disso, são prolongadas no tempo, pelo que levam a uma planificação das várias fases e implicam a concepção de um produto final. Segundo Abrantes (2002:p.28), os aspectos fundamentais que caracterizam o trabalho de projecto são:

- a) Ser uma actividade intencional. Um projecto pressupõe um objectivo que dá unidade e sentido às várias acções e está associado a um produto final. Este produto pode assumir formas muito variadas mas constitui uma resposta ao objectivo inicial e reflecte o trabalho realizado;
- b) Pressupor uma margem considerável de iniciativa e de autonomia daqueles que o realizam, os quais se tornam autores/coautores e responsáveis pelo desenvolvimento do projecto. Quando, como sucede com frequência, há um grupo de pessoas envolvidas na realização do projecto (equipa multidisciplinar), a cooperação assume igualmente uma grande importância, neste caso terá que existir sempre um coordenador de projecto;
- c) Ter autenticidade. Aquilo que se pretende fazer constitui um problema genuíno para quem o faz e envolve alguma originalidade. Não se chama projecto à mera reprodução de um trabalho já elaborado por outros;
- d) Envolver complexidade e incerteza. São as tarefas complexas e problemáticas que precisam de ser “projectadas”. O objectivo central do

projecto constitui a resolução de um problema e não uma fonte geradora de problemas, situação a evitar;

- e) Ter um carácter prolongado e faseado. Pela sua própria natureza, um projecto corresponde a um trabalho que se desenvolve ao longo de um período de tempo mais ou menos prolongado e percorre várias fases, devidamente identificadas.

Por exemplo, Cosme e Trindade (2001) referem um conjunto de fases para o desenvolvimento de um projecto, como por exemplo:

- a) Formulação e selecção do problema;
- b) Formulação de problemas parcelares (caso se justifique);
- c) Planificação do trabalho;
- d) Realização do projecto;
- e) Preparação da apresentação do trabalho;
- f) Apresentação pública do trabalho;
- g) Avaliação final, certificação.

Com base nos pressupostos atrás mencionados e após reflexão sobre o assunto, formulou-se o problema de partida para o presente projecto, isto é, a “Instalação de uma Unidade de Turismo em Espaço Rural, na modalidade de Casas de Campo”.

Assim o projecto desenvolveu-se com base na pesquisa e na resolução dos problemas, procurando-se, deste modo, encontrar a melhor solução para eventuais condicionantes que poderiam vir a surgir. Estava-se na fase da experimentação, dos avanços e recuos. Durante esta fase, fez-se uma reflexão continuada sobre os aspectos relacionados com as relações no grupo (equipa de projectistas), interações estabelecidas, rentabilização dos recursos, estratégias utilizadas, dificuldades sentidas, ou seja, os progressos realizados. Esta reflexão levou-nos a alterações relativamente à planificação inicial. Teve-se sempre em consideração que o Trabalho de Projecto é uma abordagem flexível, logo permitindo um reajustamento permanente às necessidades emergentes do processo, sendo sido por isso importante que o Coordenador de projecto, isto é, o seu autor, tenha mantido uma atitude aberta e não encarasse de forma rígida a relação entre o plano propriamente dito e a sua concretização.

De seguida, procedeu-se à recolha, organização, análise e reflexão dos dados, identificaram-se os problemas, elaboraram-se sugestões e propostas de intervenção.

Assegurou-se também que as tarefas negociadas fossem exequíveis para que o

projecto seja mais do que um rol de intenções. Assim, desde o início, fez-se um levantamento das necessidades e do tempo disponível para realizar todas as tarefas exigidas pelo projecto.

A metodologia para este trabalho envolveu uma pesquisa bibliográfica, baseada em estudos e projectos já efectuados, bem como o suporte de livros científicos, artigos publicados, legislação actual e tecnologias de informação (internet).

No que se refere à estrutura do presente projecto, de referir que o mesmo é constituído por quatro capítulos: (1) Turismo em Espaço Rural; (2) Certificação do TER e Turismo Sustentável; (3) Estratégias de Animação no Turismo em Espaço Rural; e (4) Projecto, Casa da Fonte Velha.

O primeiro capítulo é composto pela conceptualização teórica do Turismo em Espaço Rural, Enquadramento Geral, Evolução e Políticas de Desenvolvimento, Sustentabilidade Estratégica e Visão, onde está patente o contributo dos vários autores acerca das temáticas em estudo e as várias Fases do Processo de Legalização e Instalação de uma unidade de Turismo em Espaço Rural.

O segundo capítulo destaca a importância da Certificação do Turismo em Espaço Rural, identificando os vários modelos de certificação atendendo a parâmetros ambientais, sociais, culturais e económicos; as Principais Certificações e Rótulos Ecológicos, onde constam os diversos programas/modelos de certificação e rótulos ecológicos actualmente existentes no sector turístico pela sua especificidade, incluindo uma breve descrição de cada um deles; e as Vantagens da certificação, caracterizando as principais ligadas ao Turismo e em particular ao Turismo em Espaço Rural.

No terceiro capítulo é realizada uma revisão bibliográfica acerca das principais características das Estratégias de Animação no Turismo em Espaço Rural, identificando as Definições e Contributos para o Desenvolvimento das Actividades, o Lazer e a Recreação como Factor Determinante da Qualidade, e a importância da Animação no Turismo em Espaço Rural.

No quarto capítulo, apresenta-se o Projecto Unidade de Turismo em Espaço Rural na Modalidade de Casas de Campo, denominado “Casa da Fonte Velha” e a sua análise estratégica, viabilidade económica e social.

Por último é apresentada a conclusão das várias questões equacionadas.

# CAPITULO 1

## TURISMO EM ESPAÇO RURAL

---

## 1.1- Introdução

Com o objectivo de combater os efeitos nefastos da desruralização do país, assistiu-se, a partir da década de 70, ao desenvolvimento do turismo nas zonas rurais, ao estimular a diversificação das actividades económicas de quem nelas reside, mediante o aproveitamento dos seus recursos endógenos, de forma a fixar as populações locais. Isto inclui o aproveitamento do potencial agrícola dos campos, a patrimonialização dos seus recursos naturais, culturais, históricos e paisagísticos bem como a sua exploração turística, com o aproveitamento e adaptação do património construído para fins de alojamento turístico em zonas rurais, grande parte em casas de natureza e a maioria na modalidade de turismo em espaço rural. Estas políticas de desenvolvimento local assumem e promovem a multifuncionalidade dos campos e encaram o turismo como uma instância capaz de dinamizar a economia, gerar emprego e contribuir decisivamente para a fixação das populações rurais (Silva, 2009).

O desenvolvimento do turismo nacional não foi função de “obediência a uma política regional”, mas antes, por força de circunstâncias exógenas e pela existência de condições naturais que respondiam a motivações da procura turística (Cunha, 2006). Neste sentido, os resultados estão à vista: forte sazonalidade, grande dependência em relação a determinados mercados e produtos, forte concentração geográfica ao longo da linha costeira, custos ambientais crescentes, entre outros (Costa, 2003).

A nova estratégia de desenvolvimento do turismo nacional terá que se basear na diversificação espacial e de produtos, na diferenciação e na conquista do mercado interno, já que, esta parece garantir o desenvolvimento turístico das regiões do interior (Cunha, 2003).

O desenvolvimento do turismo nos espaços rurais está também muito associado a um conjunto de alterações operadas no mercado turístico, uma vez que se tem vindo a afirmar a opção por destinos mais individualizados, em detrimento dos destinos massificados ou fordistas (do tipo “sol e praia”). A este respeito, Cunha (2006), refere que o turismo pode subdividir-se em duas componentes: o turismo de massas ou convencional, que continuará a dominar esta indústria, e o turismo alternativo. Este último apresenta as seguintes características: baixa densidade, pequena escala, atracção de um segmento específico da sociedade, normalmente turistas com rendimentos acima da média e com um nível de instrução superior. Salvà-Tomàs (2001) refere que esta nova atitude do mercado turístico se deve à procura de destinos mais individualizados, de serviços personalizados, de férias activas, de experiências enriquecedoras, de autenticidade, de tranquilidade e de interesse pela cultura

local.

## 1.2- Enquadramento Geral

Em termos jurídicos, são empreendimentos de turismo no espaço rural os estabelecimentos que se destinam a prestar, nesse espaço, serviços de alojamento a turistas, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo e diversificado no espaço rural<sup>1</sup>.

Os empreendimentos de turismo no espaço rural são classificados nos seguintes grupos:

- a) Casas de campo;
- b) Agro -turismo; e
- c) Hotéis rurais.

São várias e profundas as alterações introduzidas com o Dec-Lei nº 39/2008. Destacam-se algumas de maior relevância, estabelecendo também a comparação com o antigo regime, cujos diplomas legais, a actual legislação veio revogar.

O actual diploma optou por incluir na designação genérica de empreendimentos turísticos outros empreendimentos que, até agora, se encontravam classificados em outras categorias.

Estão, em primeiro lugar, os aldeamentos turísticos e os apartamentos turísticos que, na vigência do Dec-Lei nº 167/97 de 4 de Julho agora revogado, apesar de classificados de empreendimentos turísticos, integravam (tal como as moradias turísticas, que agora desapareceram) o grupo dos meios complementares de alojamento turístico. Deixou de existir esta tipologia de meios complementares de alojamento turístico, constituindo presentemente os aldeamentos turísticos e os apartamentos turísticos apenas e tão só, tal como os estabelecimentos hoteleiros, tipos ou modalidades de empreendimentos turísticos.

Em segundo lugar, o turismo de habitação, o turismo no espaço rural e o turismo de natureza. No âmbito do agora revogado Dec-Lei nº 54/2002, de 11 de Março, o turismo de habitação, tal como o agro-turismo, o turismo de aldeia, as casas de campo, os hotéis rurais e os parques de campismo rural constituíam modalidades autónomas de empreendimentos de

---

<sup>1</sup> De acordo com o diploma legal que consagra o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de Março.

turismo no espaço rural. De igual modo, o também agora revogado Dec-Lei nº 47/99, de 16 de Fevereiro, regulava especificamente o turismo de natureza, autonomizando em particular as casas de natureza nas modalidades de casas-abrigo, centros de acolhimento e casas retiro.

O actual diploma termina com a categoria jurídica de empreendimentos de turismo no espaço rural, agregando-os a todos (à excepção dos parques de campismo rural, que desaparecem) no conceito e modalidade de empreendimentos turísticos. Assim sucede com os empreendimentos de turismo de habitação (alínea e do nº 1 do artº 4º) e com os empreendimentos de turismo no espaço rural (alínea f do nº 1 do citado artº 4º), constituindo modalidades deste último as casas de campo (alínea a do nº 3 do artº 18º), o agro-turismo (alínea b do nº 3 do artº 18º), os hotéis rurais (alínea c do nº 3 do artº 18º) e o turismo de aldeia quando as casas de campo se situem em aldeias e sejam exploradas por forma integrada e por uma única entidade (nº 5 do citado artº 18º).

Quanto ao turismo de natureza, os estabelecimentos que o integram passam a constituir, também, empreendimentos turísticos na modalidade de empreendimentos de turismo de natureza (alínea h do nº 1 do artº 4º e artº 20º).

Outra alteração, no âmbito dos empreendimentos turísticos de turismo de habitação resulta da localização destes empreendimentos. No diploma, até agora em vigor, eles tinham que localizar-se em zonas rurais, considerando-se como tal “as áreas com ligação tradicional e significativa à agricultura ou ambiente e paisagem de carácter vincadamente rural”.

O diploma actual acabou com essa exigência de localização ao prescrever expressamente que esses empreendimentos se podem localizar no meio rural ou urbano (nº 1 do artº 17º).

Também, ao contrário do que sucedia anteriormente, não se faz agora a exigência do proprietário ou do legítimo titular residirem no empreendimento durante o período de exploração.

Sem retirar ao turismo de habitação o carácter marcadamente familiar, o legislador vem agora conferir a esta modalidade de alojamento<sup>2</sup>, a possibilidade do proprietário nela habitar ou não.

Quanto à localização dos empreendimentos turísticos de turismo no espaço rural, estes, por definição, terão que continuar a localizar-se em espaços rurais, sendo de salientar que os hotéis rurais, por serem simultaneamente estabelecimentos hoteleiros (alínea a do nº 1

---

<sup>2</sup> Conforme o disposto no nº 1 do art.º 17º do diploma actual, define-o como “estabelecimentos de natureza familiar instalados em imóveis antigos particulares ...”

do artº 4º e nº 7 do artº 18º), estão sujeitos ao regime jurídico destes últimos.

É considerado espaço rural as áreas com ligação tradicional e significativa à agricultura ou ambiente e paisagem de carácter vincadamente rural. A classificação como empreendimento de turismo no espaço rural atenderá ao enquadramento paisagístico, às amenidades rurais envolventes, à qualidade ambiental e à valorização de produtos e serviços produzidos na zona onde o empreendimento se localize, (DRAIC, 2008).

### 1.3- Evolução e Políticas de Desenvolvimento

Nos últimos anos, o turismo tem vindo a assumir uma posição de relevo nas políticas formuladas pelo Estado português e pela União Europeia (UE) para combater a depressão económica e demográfica em que mergulharam muitas áreas do país, sensivelmente a partir de 1960. O desenvolvimento rural que, desde os últimos anos do século XX e primeiros do século XXI, se procura promover no contexto da UE, tem a particularidade de assentar numa política de matriz global e territorial, procurando combater os problemas dos espaços rurais e melhorar a qualidade de vida das populações que neles habitam, de um modo sustentável, em lugar de uma política sectorial centrada na agricultura. Para além de conter uma vincada sensibilidade ambiental e ecológica, esta nova fórmula de desenvolvimento rural confere especial atenção aos recursos endógenos e às populações locais as quais passaram a constituir os principais intervenientes deste processo, a par do Estado e das instituições públicas (Pérez, 2002; Ferrão e Lopes, 2004). Um dos principais instrumentos de implementação e de realização prática desta política de desenvolvimento rural reside nas iniciativas comunitárias, designadamente as Ligações entre Acções de Desenvolvimento da Economia Rural (LEADER I, LEADER II e LEADER +), desenvolvidas no âmbito da Política Agrícola Comum (PAC), através dos Grupos de Acção Local (GAL), responsáveis pela elaboração dos Planos de Desenvolvimento Local. Esta iniciativa comunitária teve um papel preponderante na concessão de incentivos financeiros na criação, no melhoramento da oferta de unidades de tipo TER e na promoção de outros produtos turísticos nas zonas rurais.

Sabe-se que não é solução mas, no entanto, vários autores têm referido a ideia de que o turismo é um meio de desenvolvimento das áreas de implantação, um meio para a criação de emprego, equipamentos e infra-estruturas, para o desenvolvimento do comércio, dos serviços e, ainda, para o aumento do rendimento familiar, para a fixação da população e para a preservação e valorização dos recursos ambientais e patrimoniais. No entanto, poderá envolver eventuais perigos e desvantagens, como sejam a existência de flutuações de mercado,

a eventual criação de tensões entre os membros das comunidades hospedeiras e a destruição do património e do ambiente da zona (Leal, 2001). Esta visão optimista do turismo, enquanto promotor do desenvolvimento e indutor de benefícios para as comunidades e áreas de implantação, não é, contudo, consensual no quadro das ciências sociais.

#### 1.4- Sustentabilidade Estratégica e Visão

Com o aparecimento e a crescente importância do Turismo de massas do ponto de vista das economias, bem como a gradual sensibilização da opinião pública e dos líderes mundiais para os assuntos relacionados com a sustentabilidade, surgiram durante as últimas décadas, várias iniciativas nacionais e internacionais, com o objectivo de transformar o Turismo numa indústria mais sustentável (Quadro 1). Os primeiros passos foram identificados em 1963, com a Conferência Internacional das Nações Unidas sobre Turismo e Viagens, tendo o ano de 2008 sido marcado pelo lançamento dos critérios globais do Turismo Sustentável, por parte das Nações Unidas (Santos, Barbosa e Bártolo, 2009).

Quadro 1 - Cronologia do turismo e sustentabilidade.

TABELA CRONOLÓGICA - TURISMO E SUSTENTABILIDADE	
Ano	Iniciativas e declarações relevantes a nível internacional
1963	Conferência Internacional das Nações Unidas sobre Turismo e Viagens: Resultado da transformação do Turismo numa indústria de massas, com peso e com importância ao nível político e legislativo.
1970	Organização Mundial do Turismo (OMT) das Nações Unidas: Os estatutos da OMT são aprovados e ratificados.
1976	A OMT é incluída no Programa da Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)
1980	Declaração de Manila sobre Turismo Mundial: Adoptada após a Conferência Mundial do Turismo. A partir desta data, 27 de Setembro é proclamado o “Dia Mundial do Turismo”. Afirma-se, pela primeira vez, que “o Turismo prejudica mais do que beneficia as sociedades do Terceiro Mundo.”
1982	Documentos de Acapulco: Resultando da conferência Mundial da OMT, defendem o direito a férias de todos os extractos sociais, com especial incidência para os mais desfavorecidos.
1985	Carta de Direitos do Turismo e Código do Turista: São resultado da 6ª Assembleia a OMT em Sofia (Bulgária). Afirma-se solenemente, em linha com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, o direito de todos os trabalhadores ao descanso, ao lazer e a férias periódicas pagas. Indicam-se também linhas de orientação sustentáveis para turistas e para Estados.

1989	Declaração de Haia sobre Turismo: Resultado da Conferência Interparlamentar sobre Turismo. Indicam-se 10 princípios a serem seguidos através da implementação de acções. Afirma-se que “deve promover-se um desenvolvimento harmonioso do Turismo em benefício de todos os que nele participam.”
1995	Carta para um Turismo Sustentável: Publicada após a Conferência Mundial sobre Turismo Sustentável em Espanha (Lanzarote), indica um plano de acção para o Turismo Sustentável.
1996	Programa de Acção da Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo: Adoptado na sequência da Cimeira da Terra no Rio de Janeiro (1992), enumera as áreas prioritárias de acção para empresas do sector em termos de sustentabilidade.
1999	Código Global de Ética do Turismo: É adoptado pela OMT em Santiago (Chile): Resultado de negociações entre empresas, Estados, organismos e instituições, é composto por 10 artigos que se destinam a fazer com que o Turismo respeite as diferentes sociedades e culturas, bem como os direitos de todos os ‘stakeholders’ envolvidos.
2002	Declaração do Quebeque sobre o EcoTurismo: Resultando da Cimeira Mundial sobre EcoTurismo, é declarado o “Ano Internacional do EcoTurismo”. Os principais objectivos deste diálogo ‘multistakeholder’ incidem na definição de uma agenda preliminar e de um grupo de recomendações para o desenvolvimento das actividades de ecoTurismo num contexto de desenvolvimento sustentável.  Cimeira Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável: Definição do Turismo Sustentável como uma das variáveis estratégicas para o desenvolvimento sustentável, Joanesburgo (África do Sul).
2003	Declaração de Djerba sobre Turismo e Alterações Climáticas: Base de trabalho orientadora para Estados, agências, Organização Não Governamental (ONG) e empresas em relação ao Turismo sustentável.  Comité Mundial de Ética no Turismo: Constituição aprovada na China na Assembleia-Geral da OMT que apoiou o programa “Turismo sustentável - Eliminando a Pobreza”.  Orientações básicas para a sustentabilidade do Turismo europeu, pela Comissão Europeia. Identificação dos principais problemas / desafios do sector e orientações estratégicas para um Turismo mais sustentável.
2007	Plano de Acção para um Turismo Europeu mais Sustentável (PATES) pela Comissão Europeia: definição dos objectivos e desafios em matéria de sustentabilidade do Turismo europeu, bem como os princípios para alcançar um Turismo sustentável e competitivo.
2008	Lançamento dos critérios globais de Turismo Sustentável: Critérios voluntários que procuram ajudar as empresas turísticas a satisfazer a crescente procura por Turismo Sustentável. Resultado da iniciativa de uma parceria de 32 organizações, lançada pela ‘Rainforest Alliance’, pelo ‘United Nations Environment Program’, pela ‘United Nations Foundation’ e pela OMT.

Fonte: Santos et.al. (2009), adaptado.

No entanto, o conceito de desenvolvimento sustentável foi introduzido, em 1987, pela Comissão Mundial de Desenvolvimento e Ambiente, através do Relatório ‘Brundtland’, com a seguinte definição: “O desenvolvimento sustentável é aquele que vai ao encontro das necessidades do presente sem comprometer as possibilidades das gerações futuras satisfazerem as suas”.

É nesta perspectiva que o turismo sustentável se inspirou, ou seja, na associação do lazer à preservação do ambiente, tornando-se uma solução para transformar a realidade e implementar o desenvolvimento sustentável das localidades rurais. Nesta conformidade, pode-se afirmar que a utilização responsável dos recursos naturais é a alternativa para um desenvolvimento sustentável de uma Localidade, Região ou País.

Visto pela perspectiva do desenvolvimento rural, o TER é uma das actividades mais bem posicionadas para assegurar a revitalização do tecido económico, sendo tanto mais forte quanto conseguir endogeneizar os recursos, a história, as tradições e a cultura de cada região. O turismo constitui-se, assim, como factor de diversificação das actividades agrícolas, bem como dinamizador de um conjunto de outras actividades económicas que dele são tributárias e que com ele interagem.

Este tipo de turismo, ainda que seja minoritário no conjunto do mercado turístico, pode, assim, dar uma contribuição valiosa para a sustentabilidade das economias rurais. Isto pode ser constatado não só em termos financeiros mas também em termos de emprego, de conservação do meio ambiente, de impulso à reabilitação do património artístico e cultural dos espaços rurais, entre os efeitos positivos mais evidentes, envolvendo a população local nesta actividade económica (Vera, 1997).

Deste modo, qualquer implantação de turismo rural deve reger-se, segundo o referido autor, pelos seguintes princípios:

- Uso sustentável dos recursos;
- Revitalização das economias locais;
- Qualidade de desenho e de gestão;
- Integração da população local;
- Desenvolvimento planeado e controlado que implique a não massificação;
- Um baixo impacto; e
- Sustentabilidade.

Para Beni, (2004), poderá valer mais o compromisso do conhecimento ético do que o conhecimento técnico e científico. Acordar para a ética é acudir a todas as necessidades do

homem no espaço e nas suas relações com o meio ambiente que o rodeia. Até porque as melhorias necessárias na ética do turismo produzirão, inevitavelmente, uma acesa competição de ideias.

### 1.5- Fases do Processo de Legalização e Instalação

Com vista à legalização de uma unidade de Turismo em Espaço Rural e de acordo com a legislação em vigor, compete aos órgãos municipais exercer as competências atribuídas pelo regime jurídico da urbanização e da edificação (RJUE), fixar a capacidade máxima e atribuir a classificação dos empreendimentos de turismo em espaço rural, após percorridas as seguintes etapas:

- a) *Informação prévia*: qualquer interessado pode pedir à câmara municipal, a título prévio, informação sobre a viabilidade de realizar determinada operação urbanística e respectivos condicionamentos legais ou regulamentares, nomeadamente relativos a infra-estruturas, servidões administrativas e restrições de utilidade pública, índices urbanísticos, cércos, afastamentos e demais condicionantes aplicáveis à pretensão. Trata-se da definição inicial da construção. Nesta fase, normalmente fica definida a implantação da construção no terreno, a planta com a organização geral do espaço e a sua relação com a envolvente, definida através dos alçados. O projectista poderá ainda elaborar uma maquete ou outro tipo de desenhos e elementos que ajudem a explicitar a proposta, ou seja, o estudo prévio;
- b) *Licenciamento e autorização da operação urbanística*: corresponde ao projecto de arquitectura. Após o parecer positivo da informação prévia, efectua-se o pedido de licenciamento, pois uma vez que estejam definidas as principais questões formais no estudo prévio, o projectista prepara as peças desenhadas e escritas a entregar na Câmara Municipal, com vista ao licenciamento da construção;
- c) *Projecto das especialidades*: após o parecer positivo do pedido de licenciamento, será apresentado no prazo máximo de seis meses os projectos das especialidades, nomeadamente:
  - 1) Projecto de escavação e contenção periférica;
  - 2) Projecto de estabilidade;
  - 3) Projecto de alimentação e distribuição de energia eléctrica ou Ficha

- Electrotécnica com termo de responsabilidade;
- 4) Projecto de instalação de gás ou pedido de isenção nos termos da Lei (Dec. Lei 521/99 de 10 de Dezembro (art.º 1.º, n.º 2));
  - 5) Projecto da rede predial de abastecimento de água;
  - 6) Projecto da rede predial de águas residuais/pluviais;
  - 7) Projecto de ventilação e exaustão de fumos;
  - 8) Projecto de instalações telefónicas e telecomunicações (ITED);
  - 9) Projecto de comportamento térmico (Dec. Lei 80/2006 de 4 de Abril);
  - 10) Projecto de isolamento acústico (Dec. Lei 129/2002 de 11 de Maio);
  - 11) Projecto de segurança contra incêndio;
  - 12) Projecto de arranjos exteriores contemplando mobiliário urbano, iluminação e áreas verdes; e
  - 13) Projecto de acessibilidades (Dec. Lei 163/2006 de 8 de Agosto).
- d) *Licenciamento e autorização de utilização*: nesta fase, é levantado o Alvará de construção, procedendo-se ao início dos trabalhos. Findos os mesmos e após efectuadas todas as vistorias e certificações obrigatórias, será pedido a licença de utilização;
- e) *Classificação*: com a emissão da licença de utilização, será pedido o Alvará de exploração e efectuada a respectiva classificação pelos órgãos municipais competentes, ou após a sua entrada em funcionamento; e
- f) *Exploração e funcionamento*: após a emissão do Alvará, a unidade poderá entrar em funcionamento.

## CAPITULO 2

### A CERTIFICAÇÃO DO TER E O TURISMO SUSTENTÁVEL

---

## 2.1- Introdução

A sociedade, em geral, tem atribuído uma importância crescente à sustentabilidade na actividade turística, o que traduz uma maior implementação de vários modelos de certificação, atendendo a parâmetros ambientais, sociais, culturais e económicos.

Outro aspecto, que faz com que a sustentabilidade tenha uma importância crescente para as empresas do sector do Turismo, é o crescente número de certificações e critérios que têm sido publicados pelas mais diversas organizações nacionais e internacionais.

É de salientar que, actualmente, se vivem tempos de transformação, isto é, está a passar-se de um modelo burocrático, prestador e concessionário de serviços, para um modelo empreendedor e de co-responsabilização social, a que o Estado deve prestar decisiva colaboração, em conjunto com as empresas privadas e as organizações sociais. A crescente responsabilidade das empresas, face aos problemas ambientais, levou à crescente procura das auditorias ambientais voluntárias, dos rótulos ecológicos que defendem a compatibilidade ecológica dos produtos, assim como à expansão do ‘ecobusiness’, o que pode induzir, por si só, uma qualidade ambiental. É neste sentido que a certificação ambiental se tem revelado um importante instrumento de política ambiental, auxiliando o consumidor na escolha de produtos e serviços menos nocivos ao meio ambiente, servindo de instrumento de ‘marketing’ para as empresas que diferenciam os seus produtos no mercado (Santos, et. al. 2009).

Existem diversos tipos de certificações que podem ser aplicados ao sector, como por exemplo:

- a) **Sistemas voluntários de certificação de aplicação geral**, seguindo referenciais comuns como ISO 14001 – Certificação de sistemas de gestão ambiental, ISO9001 - Certificação de sistemas de gestão da Qualidade, OHSAS 18000 – Certificação de sistemas de Saúde e Segurança, NP 4469:2008, SA 8000 e AA 1000 – Responsabilidade Social, entre outras.
- b) **Sistemas de certificação voluntária para a Gestão Hoteleira**, como Rótulo Ecológico Europeu, Certificação Green Globe, Certificação Eco-Hotel, Eco-Certification STEP, Programa Chave Verde, entre outros.
- c) **Sistemas de Certificação voluntária dos edifícios**, nomeadamente Leadership in Energy and Environmental Design, (LEED), USA, – Building Research Establishment Environmental Assessment Method, (BREEAM), UK, e – Sistema Português de Avaliação da Sustentabilidade, (LiderA), Portugal.

## 2.2- A Certificação do Turismo em Espaço Rural

A certificação promove a melhoria contínua do desempenho das organizações, pelo que na sua aplicação às actividades turísticas tem como objectivo fundamental a promoção de condições de sustentabilidade e desenvolvimento. Este desígnio é atingido através da valorização do quadro de suporte ao TER. A certificação procura valorizar os sistemas implementados, através do marketing e a melhoria da imagem que daí advém e do reconhecimento no mercado global. A implementação de Sistemas de Gestão Ambiental na área do Turismo, e mais particularmente na do turismo em espaços rurais procura reforçar o sentimento de cidadania através da educação ambiental dos intervenientes (Lopes, 2008).

Este autor refere ainda que os Sistemas de Certificação são uma ferramenta importante para adquirir vantagens competitivas e aumentar a rentabilidade das empresas, através de uma exploração mais racional dos recursos e uma valorização dos produtos e serviços. De um modo global, a gestão ambiental e a certificação constituem estratégias de desenvolvimento com vista à sustentabilidade e competitividade do TER.

## 2.3- Principais Certificações e Rótulos Ecológicos

Indicam-se, de seguida, alguns dos programas/modelos de certificação e rótulos ecológicos, actualmente existentes no sector turístico e em particular no TER, pela sua especificidade, com uma breve descrição para cada um deles (Santos et.al., 2009).



**Ecolabel – Rótulo Ecológico Europeu,** ([www.ecolabel-tourism.eu](http://www.ecolabel-tourism.eu)).

Esta certificação voluntária foi implementada, em 1992, na UE, com o objectivo de ajudar os consumidores a escolher produtos mais ecológicos, mais respeitadores do ambiente e de alta qualidade. O processo baseia-se na análise dos impactes ambientais do produto ou serviço ao longo do seu ciclo de vida e pretende promover os produtos que podem reduzir os impactes negativos no ambiente, comparativamente a outros produtos da mesma categoria. Todos os produtos certificados são submetidos a uma verificação rigorosa por organismos independentes que asseguram a sua conformidade com critérios ecológicos e de desempenho.

Esta certificação é gerida pelo Comité do Rótulo Ecológico da União Europeia (CREUE), constituído por representantes da indústria, de organizações de protecção do ambiente e de organizações de consumidores. Cobre, actualmente, 23 grupos de produtos, onde se inclui o do alojamento turístico.

O Rótulo Ecológico garante através dos seus requisitos:

- A gestão sustentável da água;
- A gestão sustentável da energia;
- A utilização de recursos renováveis;
- A utilização de produtos químicos não tóxicos; e
- A informação aos clientes e comunicação ambiental.



**Green Globe**, ([www.greenglobe.org](http://www.greenglobe.org)).

Esta certificação, da responsabilidade da ‘Green Globe International, Inc.’, é direccionada para empresas do sector do Turismo e Viagens e estabelece o enquadramento necessário para uma gestão que permita às empresas actuar de forma mais sustentável. O processo é focado na implementação de alterações de carácter operacional, criando a oportunidade da empresa comunicar as suas práticas, utilizando a sustentabilidade como forma de um marketing adequado, expondo as diferenças em relação aos seus potenciais concorrentes. A primeira certificação só é atingida após verificação das quatro fases do programa ‘Green Globe’: ‘Compliance’ (cumprimento com a legislação e regulamentação aplicável); Abordagem (implementação de abordagens aos aspectos ambientais e sociais relevantes); ‘Performance’ (reporte dos resultados) e Comunicação (consulta e comunicação às partes interessadas).

“GREEN GLOBE 21 Certified”



**Green Globe 21 (GG21)**, ([www.ec3global.com](http://www.ec3global.com)).

Tem como base a Agenda 21 e os princípios de desenvolvimento sustentável, acordados na Convenção das Nações Unidas para o Ambiente e Desenvolvimento (Rio de Janeiro, 1992). A GG21 certifica empresas e comunidades, tendo em conta um nível ‘standard’ global. Existem actualmente quatro ‘Green Globe 21 standards’: Um para as empresas; outro para as comunidades; outro específico para a área do Ecoturismo Internacional e ainda outro que avalia o *design* e a construção.



**BIOTUR**, ([www.sativa.pt](http://www.sativa.pt)).

A certificação BIOTUR foi desenvolvida para responder às expectativas de quem procura uma unidade de turismo rural, de restauração ou de actividades complementares, nas

quais esteja associada a agricultura biológica.

Esta iniciativa nacional partiu da SATIVA, uma empresa constituída para operar de forma integrada na área do controlo e certificação da produção agrícola e florestal e dos produtos agro-alimentares.



### **Requisitos para certificação de empreendimentos de Turismo de Habitação/TER, ([www.apcer.pt](http://www.apcer.pt)).**

A Associação Portuguesa de Certificação (APCER) criou, em Portugal, uma especificação de requisitos de serviço que define um modelo de qualificação para o Turismo no Espaço Rural, tendo por base a ISO 9001:2000 bem como outros referenciais normativos, adaptados ao TER, nas modalidades de cariz familiar - Turismo de Habitação, Agro- Turismo, Turismo Rural e Casas de Campo.



### **Certificação Eco-Hotel da Tüv Rheinland, ([www.tuv.pt/certificacao/eco\\_hotel.html](http://www.tuv.pt/certificacao/eco_hotel.html)).**

Este sistema de certificação ambiental baseia-se nos referenciais ISO 14001 e EMAS, beneficiando de adaptações destes referenciais normativos ao sector hoteleiro. O modelo elimina alguma da burocracia associada aos sistemas de gestão ambiental tradicionais e permite o acesso e manuseamento, por parte de profissionais pouco familiarizados com as características das certificações industriais, para além de ser adaptado às características do sector de actividade.

Os elementos avaliados na Certificação Ambiental Eco-Hotel são os seguintes:

- Política e organização ambiental;
- Segurança;
- Motivação dos colaboradores;
- Gestão dos recursos energéticos;
- Gestão dos resíduos;
- Água e efluentes;
- Substâncias perigosas;
- Comunicação externa;
- Alimentos e cozinha;

- Instalações interiores;
- Gestão de compras e de custos;
- Transportes;
- Formação; e
- Instalações exteriores e meio envolvente.



**Eco-Certification STEP**, ([www.sustainabletravelinternational.org](http://www.sustainabletravelinternational.org)).

O ‘Sustainable Tourism Ecocertification Program (STEP) é um programa de certificação que foi desenvolvido por uma organização sem fins lucrativos (‘Sustainable Travel International’) com base nos Critérios Globais de Turismo Sustentável (‘Global Sustainable Tourism Criteria’ – (GSTC)). Uma das principais vantagens é a sua aplicabilidade a qualquer empresa do sector turístico, independentemente das suas características. Tem como abordagem sistemática, os seguintes parâmetros:

- Redução de custos;
- Aumento da produtividade;
- Aumento da eficiência energética;
- Minimização dos resíduos;
- Reforço da fidelização dos clientes;
- Retenção de recursos humanos;
- Envolvimento com a comunidade; e
- Estímulo às economias locais e salvaguarda da sua cultura, hábitos e costumes.



**Programa Chave Verde**, ([www.green-key.org](http://www.green-key.org) e

[www.abae.pt/programa/ChaveVerde](http://www.abae.pt/programa/ChaveVerde)).

O programa “Chave Verde”, de âmbito internacional, tem uma vertente de educação ambiental que acolhe na sua rede as estruturas turísticas que visem uma gestão e utilização mais sustentáveis em cada estabelecimento, procurando incentivar a mudança de comportamentos ao nível da gestão e da utilização dos recursos turísticos de cada região, como meio do seu desenvolvimento.

Esta iniciativa da responsabilidade da Fundação para a Educação Ambiental foi lançada em Portugal pela Associação Bandeira Azul da Europa (ABAE), constituindo-se,

assim, como um ‘eco-labe’ independente. Todos os anos a ABAE reconhece as unidades hoteleiras com práticas de gestão ambiental de sucesso, em prole de um Turismo Sustentável.

Os critérios de atribuição do Galardão Chave Verde estão divididos por 12 áreas temáticas:

- Gestão Ambiental;
- Envolvimento dos colaboradores;
- Informação aos Clientes;
- Água;
- Higiene e Limpezas;
- Resíduos;
- Energia;
- Alimentação e Bebidas;
- Ambiente Interior;
- Ambiente exterior, parques e áreas ajardinadas;
- Actividades ao “ar livre”; e
- Gestão de Topo.

### 2.3- Vantagens da Certificação

Segundo Lopes (2008), a gestão e certificação ambiental possuem três grandes áreas de intervenção no âmbito do turismo em espaços rurais: económica, educativa e ambiental.

Na dimensão económica, a sua melhoria de desempenho define-se em seis aspectos: melhoria da imagem com a possibilidade de utilização de logo específicos após a certificação/registo ou atribuição do rótulo; redução dos custos, através de uma melhoria na gestão dos consumos de água e de energia e utilização de energia renovável; mais-valias resultantes da valorização dos produtos tradicionais de qualidade decorrentes da sua certificação/registo e rotulagem; melhoria das relações com a comunidade e instituições públicas decorrente de um melhor desempenho ambiental; melhoria das condições de trabalho e motivação dos colaboradores, o que trará acréscimo de produtividade; cumprimento da legislação e consequente redução das contra-ordenações.

Como o TER se desenvolve fundamentalmente em ecossistemas sensíveis que importa preservar, as actividades ligadas à dimensão educativa requerem uma abordagem particularmente cuidada dos impactos ambientais, não apenas com o objectivo de preservar o quadro sobre o qual se inserem e organizam, mas também para a sua valorização, de forma a

criar mais-valias que de outra forma seriam impossíveis de conseguir. Algumas estratégias passam pela educação ambiental em sentido lato, o que permite conhecer melhor os ecossistemas, reconhecendo-lhe o devido valor. No entanto, o ecoagroturismo não vive apenas dos ecossistemas naturais, assenta também sobre as relações tradicionais entre o homem e o meio que têm a sua expressão em produtos de elevada qualidade. É assim fundamental reflectir sobre as potencialidades da aplicação de sistemas de gestão ambiental e de processos de certificação de serviços e produtos, de forma a reduzir os impactos negativos das actividades, além de promover uma maior consciencialização e participação de todos os intervenientes. Esta dimensão aparece enquanto objectivo e resultado do TER, por um lado, a educação ambiental é indispensável para a aplicabilidade de medidas ambientais, pois só assim se consegue um empenho de todos no esforço de preservação dos frágeis ecossistemas. Assim, a actividade de TER constitui uma oportunidade privilegiada de formação ambiental, que se expressa numa maior consciência ambiental, num maior respeito pela natureza e pela aquisição de técnicas e práticas mais sustentáveis em termos ambientais.

Para a dimensão ambiental, a implementação de sistemas de gestão ambientais pressupõe: um uso eficiente dos recursos, nomeadamente da água e energia; a redução dos impactos ambientais negativos no meio envolvente, já por si vulneráveis; a redução de riscos ambientais associados, como por exemplo, a redução do risco de incêndio, de ruído, da actuação de pragas, decorrente da implementação de práticas mais cuidadas e de uma filosofia activa de conservação e gestão dos espaços; e a conservação e valorização dos ecossistemas que só é possível através dos rendimentos gerados pelo turismo em espaços rurais e que em grande medida, induz e é resultado de uma alteração da mentalidade dos intervenientes que passam a considerar o turismo em espaços rurais como um pilar importante do desenvolvimento económico e social. Por isso, passam a considerar a preservação dos ecossistemas e da biodiversidade como um bom investimento.

Conforme já referido, sendo a Certificação de Sistemas de Gestão uma ferramenta aplicável a qualquer sector de actividade, há uma série de vantagens, quer para as próprias organizações a nível interno, quer a nível externo (mercado). Alguns dos benefícios apresentados são a melhoria na organização interna; melhoria da imagem e da posição competitiva; aumento da motivação/envolvimento dos colaboradores; confiança no sistema; aumento da produtividade; redução dos custos; acesso a determinados mercados e concursos; facilidade de acesso a informação; aumento da eficácia nas operações; melhor documentação e gestão; cumprimento de requisitos de clientes; e aumento da satisfação/confiança dos

Carlos Alberto Perlucho da Silva

“Execução e Exploração de uma Unidade de Turismo em Espaço Rural, na modalidade de Casas de Campo”

Clientes (Pinto, 2006).

## CAPITULO 3

### ESTRATÉGIAS DE ANIMAÇÃO NO TURISMO EM ESPAÇO RURAL

---

### 3.1- Introdução

A primeira vez que se utilizou o termo “animação” foi em 1955, na Áustria, no decurso de uma reunião da UNESCO. O seu desenvolvimento teve lugar na década de 1960, em França (López e Salas, 1988). Após a 2ª Guerra Mundial, a França teve que reconstruir as suas cidades. A construção de novas urbanizações e bairros acarretou a necessidade de reconstruir o sentido de comunidade e a animação foi o instrumento ao serviço deste fim. Posteriormente, a animação foi utilizada também em aldeias e em contextos rurais que tinham perdido o seu sentido de identidade.

Portanto, falar de turismo, sem apostar nas actividades de animação, constituiria sem dúvida um contra-senso. O carácter integrado dos vários programas de desenvolvimento permite orientar esta intervenção numa lógica territorializada, potencializando as articulações entre intervenções, de modo a que estas iniciativas se conjuguem com a história, com o património natural e o património construído, mas também com a economia dos locais onde se inscreve, promovendo-se assim um turismo que assenta numa boa inserção no meio e amigo do ambiente. Existem empresas de animação turística que tem por objecto a exploração de actividades lúdicas, culturais, desportivas ou de lazer, que contribuam para o desenvolvimento turístico de uma determinada região e não se configurem como empreendimentos turísticos, empreendimentos de turismo no espaço rural, casas de natureza, estabelecimentos de restauração ou de bebidas, agências de viagens e turismo ou operadores marítimo-turísticos (Cavaco, 2005).

No entanto, uma abordagem no sentido mais lato alargará o conceito de animação turística a todas as intervenções susceptíveis de melhorarem, aumentarem e reforçarem a dinâmica turística integrada e sustentável de uma região.

Face a um concorrente de peso constituído pelo duo sol e mar, o espaço rural afirma-se, cada vez mais, como um destino de férias, privilegiando-se as noções de proximidade, natureza, descanso, conjugadas com actividades culturais, desportivas ou lúdicas. As expectativas dos públicos são cada vez maiores, aumentando também os níveis de exigência em relação à qualidade dos equipamentos, das prestações e da segurança, constatando-se assim uma evolução crescente nos padrões desta procura. Há pois que ter capacidade de dar resposta, adaptando e melhorando (Cavaco, 2005).

### 3.2- Contributos para a Valorização dos Destinos

De um modo geral, é considerado que o turismo que se processa nos espaços rurais

contribui para um conjunto de benefícios que passam, em primeiro lugar, pela revalorização dos recursos patrimoniais, seja ao nível do património cultural (material e imaterial), seja ao nível do espaço natural. Estes contributos reflectem-se numa maior preocupação com o ordenamento do território e com a salvaguarda dos recursos naturais e patrimoniais, evitando a sua degradação e perda de identidade. Cumulativamente, o turismo pode estimular o desenvolvimento de actividades subsidiárias, nomeadamente:

- a) Actividades que qualificam e enriquecem a oferta, como sendo o artesanato, a produção agro-alimentar (nomeadamente no segmento dos produtos regionais) que podem beneficiar com o aumento da actividade turística, uma vez que estes produtos são alvo de uma maior procura (Fonseca, 2006);
- b) Actividades de animação, de organização de eventos e de prestação de serviços podem também ter mais oportunidades com base no aumento do fluxo de turistas. As exigências de alguns serviços turísticos implicam uma adequada formação dos recursos humanos, facto que constitui uma oportunidade para fixar mão-de-obra qualificada nos espaços rurais, ou para requalificar a existente. A possibilidade de instalação de equipamentos, de desenvolvimento das infra-estruturas e a atracção de outros recursos do exterior (investimentos, aumento de moradores, criação de eventos) são casos de outros benefícios.

Por outro lado, Cunha (2006; p. 213 a 243) refere que, de um modo geral, os recursos que os espaços rurais disponibilizam permitem definir um conjunto de produtos turísticos, isto é, um conjunto de elementos tangíveis e intangíveis, nomeadamente:

- a) Turismo cultural, embora não seja exclusivo dos espaços rurais, este produto baseia-se no encontro com culturas pré existentes, para o que concorre um leque muito variado de elementos que os espaços rurais podem albergar, como estilos de vida comunitária, tradições culturais, artesanato, sítios de interesse arqueológico, monumentos, festas, folclore, etc. Este produto insere-se no grupo das motivações educativas e culturais dos turistas;
- b) Turismo de aventura e ecoturismo, estes dois produtos têm em comum o desenvolvimento em meios naturais, mas diferem nas actividades desenvolvidas. Embora o ecoturismo não tenha uma definição universal, processa-se em áreas com interesse ambiental, tendo por objectivo desfrutar e apreciar os valores naturais (a ornitologia é um exemplo), causando impactos mínimos e contribuindo

para o desenvolvimento socioeconómico das populações locais. O turismo de aventura tem como pano de fundo a natureza, mas baseia-se na prática de actividades físicas e desportivas (ex. BTT, escalada, rafting, parapente, pedestrianismo), podendo ser praticadas por grupos mais numerosos;

- c) Turismo de saúde é o produto que se processa maioritariamente em espaços rurais e que tem na melhoria do bem-estar físico ou mental dos turistas o seu objectivo central, seja em termos de tratamentos de cura ou de prevenção. O termalismo e o climatismo são dois dos elementos mais procurados no turismo de saúde; e
- d) Turismo residencial, embora seja um produto de definição ambígua, porque o conceito de turismo exclui a própria residência, deve, por isso, ser entendido mais como uma forma de alojamento.

Os elementos característicos dos espaços rurais (contemplação, tranquilidade, qualidade paisagística, entre outros) vão ao encontro deste produto, que é procurado como segunda residência para passagem normalmente de períodos curtos de férias (fins de semana prolongados). De um modo geral, estes atractivos, contribuem para desenvolver o TER, expressão que, segundo Umbelino (1998) e Cunha (2006), não deve ser entendido como um produto turístico devido à ambiguidade do seu âmbito e conteúdo. O TER engloba uma multiplicidade de situações e de modalidades de turismo que podem ter na base das deslocações motivações diferentes das que originam a procura autêntica do meio rural.

### 3.3- Qualidade Como Factor Determinante

A qualidade é um factor determinante para o desenvolvimento de uma actividade turística geradora de valor acrescentado na economia local. Neste sentido, os destinos turísticos terão, cada vez mais, de melhorar os seus indicadores, nomeadamente a água, ar, limpeza, resíduos, protecção ambiental, eventos, protecção cultural e património, saturação turística, satisfação dos residentes e a sua qualidade de vida, fidelização, satisfação dos clientes, satisfação dos empregados, receitas, sazonalidade, diversidade de mercados, taxa de ocupação-cama, estada média, quota de mercado, entre outros, (Firmino, 2007).

Num mercado tão competitivo como o do turismo, um dos principais objectivos de um território rural é garantir ao visitante um alto nível de satisfação no conjunto dos serviços que concorrem para o alojamento e um alto nível de qualidade na valorização dos seus recursos turísticos.

É neste domínio que as políticas públicas de valorização turística podem intervir mais directamente, concorrendo para a promoção da imagem do local e para a notoriedade desse destino (AMAP, 2004).

Os serviços de alojamento e de restauração, constituem-se indubitavelmente no rosto da prestação turística, assim, devem os mesmos atingir um nível de oferta suficiente e de qualidade incontestável. Concomitantemente devem ainda ser coerentes com a imagem de autenticidade e hospitalidade em que se baseia o turismo em espaço rural e não copiar os modos de consumo urbanos, garantindo ao mesmo tempo qualidade dos serviços.

Ao cliente deve ser assegurada uma qualidade óptima de todas as prestações de serviços e de todas as características do território de acolhimento que foram realçadas pela política promocional e de vendas. O ponto-chave de uma política de desenvolvimento turístico, a longo prazo, reside na execução e controle duradouros de planos locais de qualidade turística.

### 3.4- Lazer e Recreação

Segundo Camargo (1998), a designação de lazer, em latim “licere”, significa ser permitido. Surgiu com a civilização greco-romana, reflectindo o ideal do homem livre, a expressão máxima do ser humano, caracterizado pelas funções ligadas às artes, às letras, aos exercícios físicos, à filosofia e ao intelecto.

As primeiras noções de lazer estavam relacionadas com o ócio, uma das grandes virtudes enfatizadas na antiguidade pelos gregos. Esse sentido de lazer enquanto contemplação significava também representatividade das classes ociosas (pequena parcela de homens livres). Conceitos como lazer e ócio confundem-se numa analogia preconceituosa contra o lazer, ainda, nos dias de hoje. Por possuírem significados distintos, Requixa (1974) refere que “o ócio deve ser entendido como um não fazer, ao passo que o lazer, antes de tudo, é reconhecido com uma ocupação, um fazer”. A partir da modernidade, o termo lazer passa a ser vinculado à dimensão tempo.

Com a Revolução Industrial, apareceu a produção capitalista e o crescimento dos centros urbanos, criando novos rumos ao trabalho e ao lazer propriamente dito. Marcellino (1998) remete aos tipos de abordagens que podem acarretar uma visão funcionalista do lazer, a seu ver, acentuadamente conservadora, em busca da paz social e de uma harmonia, por conseguinte, uma manutenção da ordem e da produção.

Uma das funções do lazer é desenvolver a personalidade em prol do enriquecimento

vital das pessoas e, neste sentido, os objectivos do lazer e da educação se complementam. Lazer pode ser ler um livro em casa, ver televisão, efectuar uma actividade na sua habitação, como jardinagem, pequenas melhorias, entre outros.

Para o turismo, o conceito de lazer é bem mais amplo, ou seja, abrange a actividade turística como lazer, no sentido que todos devem ter direito ao lazer, contudo, o turismo utiliza o lazer como um potencial atractivo para a conquista de um público-alvo.

O turismo é a forma mais “completa” e abrangente de lazer, pois reúne todas as características essenciais, sendo que a viagem descansa e diverte e, ao mesmo tempo, contribui para o desenvolvimento pessoal, por meio da interacção entre pessoas, ambientes e realidades diferentes.

Segundo Sirgado (2006), o turismo é uma complexa actividade humana intencional ou de livre iniciativa, desenvolvida fora do meio da vivência quotidiana, motivada por necessidades de lazer, recreio, saúde, negócios ou outros eventos, exigindo uma ausência geralmente superior a 24 horas e desencadeando interessantes contactos sociais e culturais com contextos mal conhecidos, por vezes exóticos. Tal como o lazer, o turismo não é uma actividade directamente remunerada, uma vez que se enquadra fundamentalmente no âmbito da fruição do tempo livre dos indivíduos.

### 3.5- Animação *Versus* Turismo em Espaço Rural

A relação entre turismo e animação é cada vez mais debatida. Tal discussão advém de uma necessidade do mercado turístico em ocupar o tempo de estada do turista, distender a duração da estada e fidelizar o turista. Apostar na animação tem, portanto, um significado mercantil básico, ou seja, a animação é uma estratégia de cativação turística. A animação pode aparecer numa oferta turística, como algo complementar, como mais um produto da oferta turística ou como um produto central na oferta turística que relega outros aspectos para um segundo plano.

Numa outra óptica a animação turística – seja aplicada em hotéis, casas de TER, por empresas específicas ou pelas comunidades receptoras de turistas – tem outra dimensão que é a possibilidade de criar um espaço de enriquecimento intercultural, entre locais e visitantes. Isto implica considerar a animação como um simples negócio turístico, no qual se procura a mera recreação e alienação, mas também como uma oportunidade de intercâmbio que contribui para o entendimento mútuo entre pessoas vindas de diferentes locais, universos sociais e culturais.

No meio rural existe uma ampla possibilidade de desenvolvimento de actividades de animação, as quais devem adaptar-se às especificidades do território bem como à tipologia do público-alvo (juvenil, adulto ou sénior). Nos destinos rurais o turista procura, sobretudo, actividades de animação com grau elevado de autenticidade, enquadráveis nas particularidades da vida local (Vieira, 2005).

Alem das actividades relacionadas directamente com o alojamento, os empreendimentos de turismo de habitação e de turismo em espaço rural podem ainda, nos termos do regime jurídico que regula a actividade das empresas de animação turística, exercer actividades de animação que se destinem exclusivamente à ocupação de tempos livres dos seus utentes e contribuam para a divulgação das características, produtos e tradições das regiões em que os mesmos se situam, como um elemento estratégico de atractividade.

A organização da oferta de lazer e de animação nas zonas de TER, deve ser singular, pela sua capacidade de realizar no respectivo território as actividades de animação e de lazer, que reforcem a sua atractividade, a sua vocação para o turismo de descoberta e a sua imagem, como destino turístico original da seguinte forma (Quadro 2):

Quadro 2 - Objectivos da oferta de lazer e de animação nas zonas de TER

<b>Objectivos a atingir</b>	<b>Orientação das acções</b>
Oferecer à clientela uma diversidade de actividades de lazer, animação, descoberta, que sejam coerentes em relação ao potencial e à imagem do território.	Elaboração de um plano de formação para a animação de actividades de lazer, adaptada aos diferentes tipos de actores locais.
Estruturar as parcerias na oferta de actividades de lazer.	Plano de ajuda à pluriactividade no sector de animação de tempos livres. Criação de agrupamentos locais e de lazer-acolhimento, propondo uma oferta globalizada e diversificada de alojamentos e de actividades de lazer. Elaboração de produtos turísticos que articulem o acolhimento com propostas de actividades (desde as estadias com actividades "à la carte" até ao produto turístico temático). Ajuda a programas de animação local (festas, feiras, actividades culturais).
Associar a população à animação turística.	Apoio a organizações de voluntários.

Fonte: Sistematização Própria

## CAPITULO 4

### PROJECTO, CASA DA FONTE VELHA

---

#### 4.1- Introdução

Nos últimos anos, o Turismo em Espaço Rural tem registado um desenvolvimento significativo em face da crescente procura turística, nacional e internacional, que procura cada vez mais iniciativas de lazer e de ócio, em espaços rurais, em detrimento da visita a grandes centros urbanos. A própria geografia turística nacional facilita a emergência de vários tipos de turismo de nicho, como é exemplo o Turismo em Espaço Rural, sendo este considerado como muito importante pelo próprio PENT – Plano Estratégico Nacional para o Turismo.

Foi neste enquadramento que o autor do presente projecto decidiu avançar para a execução e exploração de uma unidade de TER.

Assim, este Capítulo tem como objectivo apresentar o Projecto – Unidade de Turismo em Espaço Rural (TER), na Modalidade de Casas de Campo, denominado “Casa da Fonte Velha”, localizado na freguesia de Famalicão, concelho da Nazaré, distrito de Leiria.

Famalicão é uma povoação com um desenvolvimento económico débil, tendo como base a agricultura e a fruticultura, muito embora a indústria de fibras de madeira e da cerâmica venham surgindo como um pólo de crescimento da freguesia. Também a beleza selvagem da Serra da Pescaria e da Praia do Salgado é o cenário privilegiado para a prática de desportos de natureza e de ar livre, com especial destaque para o parapente, asa delta, BTT, constituindo-se como um catalisador de procura turística adequada ao turismo em espaço rural.

Neste contexto, a emergência de novas unidades em espaço rural e de actividades de complementaridade, constituem preciosos auxiliares de reforço da oferta turística local e regional, contribuindo, ao mesmo tempo, para um incremento da massa crítica de profissionais nos referidos espaços e para uma co-responsabilização entre os vários actores estratégicos, na prossecução do desenvolvimento económico, social e ambiental dos destinos com vocação turística de futuro.

#### 4.2- Os Números do TER em Portugal

Antes da apresentação do Projecto propriamente dito, considera-se importante expor alguns dados estatísticos da evolução do turismo no espaço rural em Portugal nos últimos anos e a sua situação actual.

O início do séc. XXI, no que ao turismo em espaço rural diz respeito, apresenta-se caracterizado pelo crescimento do número de estabelecimentos e do número de camas, em todas as modalidades, como tem acontecido desde o seu aparecimento.

Em 2008, encontravam-se em actividade no país 1.047 unidades de turismo de

habitação e turismo em espaço rural, mais 24 do que em 2007 o que, em termos de oferta, corresponderam a uma capacidade total em camas de 11.692, este número total de camas superou em 3,2% (mais 365 camas) às existentes no ano anterior (Quadro 3). As unidades pertencentes ao conjunto do turismo no espaço rural representaram 40% da totalidade. De destacar o aumento significativo na modalidade de casas de campo, mais 12 unidades do que no ano anterior.

Quadro 3 – Número de Estabelecimentos e Capacidade de Alojamento, por modalidades / Camas em 2008,  $\Delta 08/07$

Capacidade de alojamento	Estabelecimentos					Camas				
	2008	$\Delta 08/07$	Quota			2008	$\Delta 08/07$	Quota		
Modalidade		%	Abs.	%	$\Delta$ p.p.		%	Abs.	%	$\Delta$ p.p.
<b>Turismo no Espaço Rural</b>	416	5,6	22	39,7	1,2	4.785	7,1	319	40,9	1,5
Agro-turismo	140	2,9	4	13,4	0,1	1.781	2,4	42	15,2	-0,1
Casa de campo	246	5,1	12	23,5	0,6	1.893	5,6	100	16,2	0,4
Hotel rural	30	25,0	6	2,9	0,5	1.111	19,0	177	9,5	1,3
<b>Turismo de Habitação</b>	233	0,4	1	22,3	-0,4	2.733	0,5	14	23,4	-0,6
<b>Outros</b>	398	0,3	1	38,0	-0,8	4.174	0,8	32	35,7	-0,9
<b>Total</b>	1.047	2,3	24	100,0		11.692	3,2	365	100,0	

FONTE: TP - Turismo de Portugal

Legenda: Os "Outros" contemplam as casas pertencentes ao Turismo Rural e ao Turismo de Aldeia

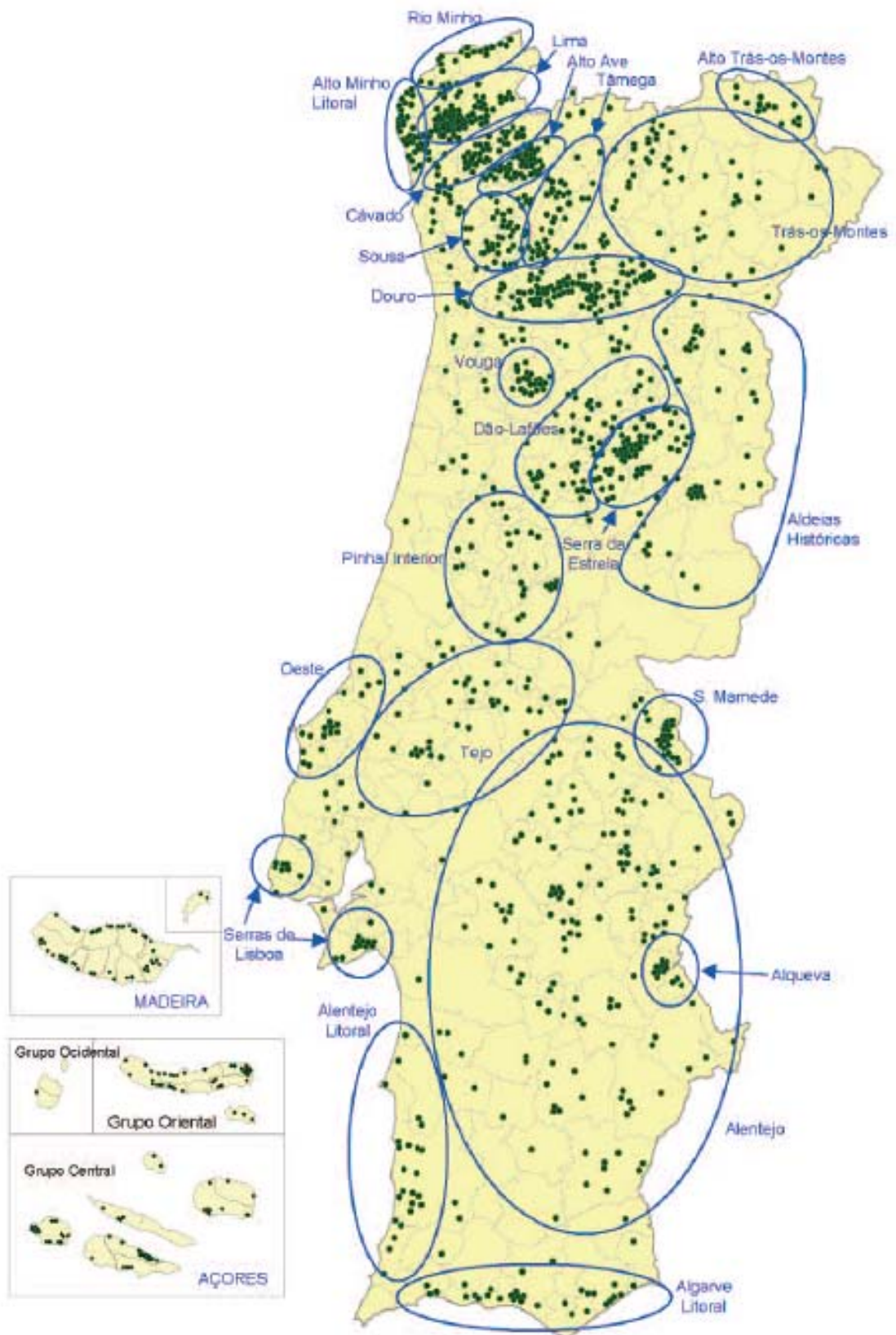
Fonte TP, IP – Turismo de Portugal, 2009

Nas modalidades de casas de campo, agro-turismo e hotel rural, concentram-se, em 2008, 41% das camas existentes no conjunto do turismo em espaço rural, que se traduz em 4.785 camas, e correspondendo a um aumento de 319 do que no ano anterior.

Verifica-se também que em todas as modalidades houve um aumento do número de camas, entre 2007 e 2008, com destaque especial para os hotéis rurais, representando mais 6 unidades, ou seja, 25,0%, oferecendo um aumento de 177 camas disponíveis.

A distribuição geográfica das unidades de Turismo em Espaço Rural e Turismo de Habitação (oferta) concentra-se na região Norte, Centro e Alentejo, sendo Lisboa e Algarve as regiões com menor oferta (Figura 1). Este facto está associado à localização do maior número de infra-estruturas físicas susceptíveis de serem adoptadas a esta tipologia de estabelecimentos prestadores de alojamento nas modalidades de TER e TH.

Figura 1 - Estabelecimentos TER-TH 2008, Tipologia geográfica das principais áreas de oferta



Fonte IESE, 2008

Quadro 4 - Número de Estabelecimentos, por NUTS II e modalidades em 2008

Nº de estabelecimentos	Turismo de habitação	Turismo rural	Agro-turismo	Casa de campo	Turismo de aldeia	Hotel rural	Total Geral
Norte	116	198	53	80	3	9	459
Var. Abs. 08/07	3	-2	3	7	0	0	11
Var. % 08/07	2,7	-1,0	6,0	9,6	0,0	0,0	2,5
Centro	57	86	29	50	2	8	232
Var. Abs. 08/07	0	-1	0	5	1	3	8
Var. % 08/07	0,0	-1,1	0,0	11,1	100,0	60,0	3,6
Lisboa	12	12	1			2	27
Var. Abs. 08/07	-1	0				0	0
Var. % 08/07	-7,7	0,0				0,0	0,0
Alentejo	22	49	49	35	2	9	166
Var. Abs. 08/07	-1	1	0	1	0	3	4
Var. % 08/07	-4,3	2,1	0,0	2,9	0,0	50,0	2,5
Algarve	4	18	3	6		1	32
Var. Abs. 08/07	0	1	0	0		0	1
Var. % 08/07	0,0	5,9	0,0	0,0			3,2
Açores	14	20	3	44	1		82
Var. Abs. 08/07	0	1	0	-1	0		0
Var. % 08/07	0,0	5,3	0,0	-2,2	0,0		0,0
Madeira	8	7	2	31		1	49
Var. Abs. 08/07	0	0	0	0		0	0
Var. % 08/07	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0
Portugal	233	390	140	246	8	30	1.047
Var. Abs. 08/07	1	0	4	12	1	6	24
Var. % 08/07	0,4	0,0	2,9	5,1	14,3	25,0	2,3

FONTE: TP - Turismo de Portugal

Fonte TP, IP – Turismo de Portugal, 2009

Numa perspectiva regional, de acordo com os dados (Quadro 4), constata-se que 82% das unidades de turismo de habitação e turismo em espaço rural em funcionamento encontram-se nas regiões Norte (43,8%), Centro (22,2%) e Alentejo (15,9%), com um total de 9.698 camas, representando um aumento de 354 camas disponíveis relativamente a 2007.

Se a análise recair na perspectiva da NUT III Oeste, verifica-se que existe 10 unidades de turismo de habitação com 133 camas, 11 de turismo rural com 110 camas disponíveis, 2 unidades de agro-turismo, uma de Casas de Campo e um Hotel Rural, não existindo a modalidade de Turismo de Aldeia.

No concelho da Nazaré existe apenas uma unidade de turismo de habitação denominada Quinta do Campo, sito em Valado dos Frades, com uma capacidade de 10 camas.

Quadro 5 - Capacidade de alojamento em camas por NUTS II e modalidade - em 2008

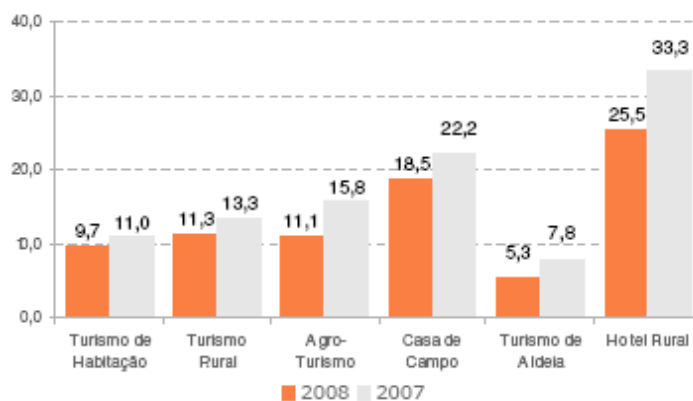
Capacidade de alojamento (em camas)	Turismo de habitação	Turismo rural	Agro-turismo	Casa de campo	Turismo de aldeia	Hotel rural	Total Geral
<b>Norte</b>	1.329	1.940	645	572	68	287	4.841
Var. Abs. 07/06	37	-16	34	45	0	0	100
Var. % 07/06	2,9	-0,8	5,6	8,5	0,0	0,0	2,1
<b>Centro</b>	697	873	407	295	124	260	2.656
Var. Abs. 07/06	0	-4	0	42	20	97	155
Var. % 07/06	0,0	-0,5	0,0	16,6	19,2	59,5	6,2
<b>Lisboa</b>	136	113	12			74	335
Var. Abs. 07/06	-12	0				0	0
Var. % 07/06	-8,1	0,0				0,0	0,0
<b>Alentejo</b>	271	513	606	344	49	418	2.201
Var. Abs. 07/06	-11	12	-4	22	0	80	99
Var. % 07/06	-3,9	2,4	-0,7	6,8	0,0	23,7	4,7
<b>Algarve</b>	45	178	51	59		44	377
Var. Abs. 07/06	0	10	0	0		0	10
Var. % 07/06	0,0	6,0	0,0	0,0		0,0	2,7
<b>Açores</b>	151	214	48	242	28		683
Var. Abs. 07/06	0	10	0	-9	0		1
Var. % 07/06	0,0	4,9	0,0	-3,6	0,0		0,1
<b>Madeira</b>	104	74	12	381		28	599
Var. Abs. 07/06	0	0	0	0		0	0
Var. % 07/06	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0
<b>Portugal</b>	2.733	3.905	1.781	1.893	269	1.111	11.692
Var. Abs. 07/06	14	12	42	100	20	177	365
Var. % 07/06	0,5	0,3	2,4	5,6	8,0	19,0	3,2

FONTE: TP - Turismo de Portugal

Fonte TP, IP - Turismo de Portugal, 2009

De notar que todas as regiões, em 2008, registaram aumentos significativos no número de camas disponíveis, com exceção da Madeira que manteve o mesmo número de estabelecimentos de 2007. A região Centro, segunda maior região em termos de oferta (22,7% das camas disponíveis do país), apresentou um acréscimo de 155 camas, ou seja, mais 22,7% em relação ao ano anterior (Quadro 5). É nesta região onde irá ser instalada a unidade em estudo.

Gráfico 1 - Taxas de ocupação - cama, por modalidades – em %



Fonte TP, IP - Turismo de Portugal, 2009

De referir que, em 2008, a taxa de ocupação-cama nas unidades de turismo de habitação e turismo no espaço rural em Portugal foi de 14,8% (-3,0 p.p. que no período homólogo). Os hotéis rurais com uma taxa de ocupação de 25,5% e as casas de campo com 18,5%, foram as modalidades que registaram as taxas médias mais elevadas (Gráfico 1). No entanto, verifica-se um decréscimo acentuado em todas as modalidades, tendência que se prevê agravar-se, fruto da situação económica actual que se vive em toda a Europa.

### 4.3 Projecto Casa da Fonte Velha

A empresa *Casa da Fonte Velha*, ao tomar a decisão de criar uma infra-estrutura de referência no mercado de Turismo em Espaço Rural, que prima pela diferenciação e inovação nos produtos que oferece e presta, criou a base de apoio para o lançamento de um conceito de férias e descanso que se pretende seja da mais alta qualidade, associadas a um sentido de exclusividade inerente às características de um público-alvo muito exigente.

A *Casa da Fonte Velha* prima pela qualidade de serviço, que deve situar ao mais alto nível, com uma oferta de serviços inovadores no contexto Nacional.

Nessa perspectiva, e com os conceitos de Missão e Visão sempre presentes, pretende-se que a *Casa da Fonte Velha* seja como “o barro” – Um local que se molda à medida das pretensões dos que o procuram e capaz de proporcionar uma estada inesquecível, num local de excepção.

O Cliente quando se instala na *Casa da Fonte Velha* tem desde logo ao seu dispor, não só umas instalações de qualidade numa região anteriormente desprovida de oferta, mas também um leque de possibilidades de entretenimento e actividades invulgares em infra-estruturas deste tipo.

Assim, o projecto concilia, de uma forma equilibrada, elementos da arquitectura tradicional da aldeia com as modernas técnicas de construção integrada na paisagem local, permitindo efectivamente uma íntima ligação à natureza.

Famalicão, localizado na Região Centro (NUT II) e no Oeste (NUT III), é uma das três freguesias do concelho da Nazaré, do distrito de Leiria. É limitado a Norte, pelas freguesias da Nazaré e Valado dos Frades do mesmo concelho, Leste e Sul pelo concelho de Alcobaça e a Oeste pelo Oceano Atlântico (praia do Salgado).

A aldeia de Famalicão, distando apenas 8 km da sede de concelho, no sopé da Serra da Pescaria, está rodeada de férteis campos. A povoação, com uma área de 21,8 Km<sup>2</sup> e cerca de 1600 habitantes (INE, 2001), é atravessada pela linha do Oeste.

De cariz essencialmente rural e agrícola, Famalicão tem o seu povoamento ligado aos habitantes de Paredes da Vitória que no início do século XVI aqui se vieram fixar, trazendo com eles o culto de N<sup>a</sup> Sr<sup>a</sup> da Vitória, o que provocou atritos entre os novos e os antigos moradores. Nessa época, a povoação estava dividida em Famalicão de Baixo, que pertencia a Alfeizerão, e em Famalicão de Cima, que pertencia à Pederneira, e para o qual vieram os habitantes de Paredes.

Até ao século XVIII esta divisão manteve-se, altura em que o conflito das duas foi “vencido” por Famalicão de Cima, unificando-se numa só povoação. Esta começou a crescer enquanto freguesia, sob a protecção do seu orago - N<sup>a</sup> Sra. da Vitória - celebrada todos os anos no mês de Agosto.

Tal como a Pederneira, Famalicão também fazia parte dos domínios de Cister, tendo sido vigararia de apresentação do Mosteiro de Alcobaça, passando posteriormente a priorado.

Actualmente, Famalicão é uma povoação com um desenvolvimento económico débil, que tem como base a agricultura e a fruticultura, sendo a indústria de fibras de madeira e da cerâmica um pólo de crescimento da freguesia ([www.cm-nazare.pt](http://www.cm-nazare.pt)).

A beleza selvagem da Serra da Pescaria e da Praia do Salgado é o cenário privilegiado para a prática de desportos de natureza e de ar livre, com especial destaque para o parapente e asa delta.

Procurar-se-á, por isso, estimular e potenciar vários produtos turísticos existentes na região: além do sol e mar, circuitos turísticos de índole cultural (touring), religiosa, paisagística e arqueológica, caça e pesca, desportos radicais, (Parapente, Náuticos, Surf, BTT, entre outros) e turismo de natureza.

O projecto consiste na reconstrução e ampliação de duas edificações existentes para empreendimento de turismo, na modalidade de casa de campo em espaço rural.

Pretende-se oferecer instalações que possam proporcionar alojamento, bem como serviços de índole cultural, recreativo, desportivo, actividades de lazer e produtos característicos da região.

O programa assenta essencialmente em duas casas de campo (T1+ e T2+) a serem reconstruídas e ampliadas de forma a proporcionar alojamento a hóspedes, com instalações de apoio.

A partir deste programa base, surgem outros equipamentos como:

- Recepção/loja;
- Zona técnica / arrumos;

- Sala polivalente para reuniões, conferências, formação, mini ginásio, jantares de grupo e outras funções recreativas;
- Sala de Hidromassagem e cabina de sauna, e SPA;
- Piscina com tratamento ecológico;
- “Deck” como interface das várias zonas para apoio a qualquer que seja a actividade em curso;
- Reconstrução do poço existente e instalação da nora totalmente recuperada à traça original; e
- Zona destinada a actividade agrícola (horticultura e fruticultura) que incluirá instalações para animais, nomeadamente Burros, Ovelhas, Cabras, Aves de Capoeira e instalações de apoio, para visitação e fruição dos hóspedes.

As características construtivas dos edifícios são similares às construções envolventes, mantendo a traça e os materiais característicos da região. Os edifícios são constituídos por alvenarias resistentes de pedra com coberturas em madeira e telha meia cana.

Neste sentido, todos os materiais a utilizar, tanto na reconstru o como na amplia o, são os materiais predominantes e característicos da região: pedra, madeira, vidro e cerâmica (tijoleira, telha meia cana). Os pavimentos são em tábua de solho,   maneira antiga, e tijoleira. As instalações dos animais estão devidamente separadas das zonas habitáveis e estarão em contacto com o exterior para garantir uma ventila o apropriada. Serão também acabadas em materiais cerâmicos que sejam resistentes e laváveis de modo a manter um ambiente salubre.

Um dos principais objectivos a perseguir será a auto sustentabilidade de toda a propriedade de modo a garantir um desenvolvimento sustentável e ecológico, de forma a minimizar os impactos ambientais e sociais negativos e maximizar os positivos, respeitando sempre o equilíbrio ambiental e social. Assim, todas as novas instalações a edificar são em madeira para minimizar o impacto na paisagem. Para além dos painéis solares a instalar para aquecimento das águas quentes sanitárias, as instalações da parte agrícola comportarão uma cobertura que será preenchida por painéis foto voltaicos, para a instala o de uma unidade de micro produ o de energia eléctrica, será instalado um sistema de reaproveitamento de água, que consiste na recolha e reaproveitamento de águas dos banhos e lavatórios para futura utiliza o na rega e autoclismos. Em suma, pretende-se utilizar ao máximo técnicas de constru o sustentável, amigas do ambiente, e assentes em critérios de certifica o do programa LiderA.

### 4.3.1- Apresentação da Empresa

Optou-se pela formação de uma Sociedade Unipessoal por Quotas, composta por um sócio, com um capital social de 5.000.00 €, já realizado.

Quadro 6 - Dados da Empresa

Quadro demonstrativo dos dados da empresa	
Razão social	TURISMO EM ESPAÇO RURAL CASA DA FONTE VELHA, UNIPESSOAL LDA
CAE	55202-R3
NIPC	509671861
Nome fantasia	<i>CASA DA FONTE VELHA</i>
Área de actuação	Turismo em Espaço Rural na modalidade de Casas de Campo, Restauração, Hotelaria e Similares, Animação Turística
Distrito	Leiria
Concelho	Nazaré
Freguesia	Famalicão
Endereço da sede	Rua da Fonte Velha 2450 027 FAMALICÃO NZR.
E-mail	casafontevelha@gmail.com
Home-page	www.casafontevelha.pt

Fonte: Sistematização Própria

### 4.3.2- Análise Estratégica

Começou-se por planear, do ponto de vista estratégico, o projecto, nomeadamente a análise de um conjunto de informação que permitiu uma maior compreensão de cada aspecto do negócio. O papel do planeamento estratégico é cada vez mais importante, na medida em que os desafios que se colocam às organizações implicam uma elevada capacidade de gerir informação, garantindo a existência de uma maximização no uso dos recursos através da sintonia estratégica entre objectivos, pessoas e meios. Neste sentido definiram-se:

#### *VISÃO*

- Ser uma empresa de referência de TER na Região Centro do país, focada na

simbiose entre um contexto tradicional e rural e nos requisitos do consumidor contemporâneo, e na qual os respectivos trabalhadores tenham orgulho nela trabalhar.

- Fomentar o desenvolvimento e a economia do concelho onde está inserida.

### *MISSÃO*

- Prestar um serviço de acolhimento turístico de cariz familiar destinado aos segmentos jovem e familiar, colmatando claramente uma necessidade de mercado.
- Contribuir para o desenvolvimento do bem-estar e satisfação geral dos seus trabalhadores e clientes.

### *OBJECTIVOS*

Os objectivos gerais e específicos da *Casa da Fonte Velha* são os seguintes:

- Objectivos gerais – criação de um produto turístico de nicho, o qual permitirá reforçar a oferta turística existente, a atractividade territorial, assim como o desenvolvimento económico local, orientando a sua oferta de acolhimento turístico para as necessidades dos seus mercados destinatários; e
- Objectivo específico – através do plano de marketing apresentado, neste processo pretende-se que a unidade tenha uma taxa de ocupação média de 20% nos primeiros 18 meses de exploração e um crescimento médio anual de 10 %, estabilizando no quarto ano de funcionamento.

No que respeita à estratégia definida, de destacar que esta assenta fundamentalmente no planeamento e gestão do futuro da empresa. Mintzberg, Henry e Quinn (2001), sobre planeamento estratégico, referem que se trata de um procedimento formal que tem por objectivo produzir um resultado articulado sob a forma de um sistema integrado de decisões. Para além de permitir um certo controlo sobre o futuro, ou pelo menos assegurar que este seja tido em consideração, o planeamento permite que a empresa coordene as suas actividades de forma mais racional. Neste sentido e segundo Kotler (2000), o planeamento ao nível do marketing na actualidade é um processo contínuo, que pretende responder às condições de mercado, as quais mudam a grande velocidade. Daí a relevância das empresas em desenvolver o ‘plano de negócios’ (Business Plan), também conhecido por ‘Plano de Marketing’, e algumas vezes por ‘Plano de Batalha’.

Com base nestes pressupostos, o autor apresenta a análise estratégica do presente Projecto consubstanciada na viabilidade económica e financeira do projecto, identificando a envolvente externa e interna, recorrendo às várias ferramentas de gestão, efectuando uma análise ‘SWOT’, caracterizando os parceiros de negócio, as modalidades e estratégias de promoção, assim como identificando os impactos das actividades turísticas no espaço local, social e cultural.

#### 4.3.3- Estratégia de Marketing

##### *POLÍTICA DE PRODUTO/SERVIÇO*

A política de Marketing a adoptar para o Produto/Serviço tem como objectivo criar um Posicionamento de Mercado que conquiste uma imagem associada à Qualidade do Serviço. Para atingir esse objectivo, haverá uma forte aposta na “construção” dessa imagem que passará, dia a dia, pela melhoria dos parâmetros relativos à:

- Qualidade do serviço associada ao acolhimento familiar e multifacetado, tendo como objectivo último a satisfação dos Hóspedes, correspondendo desta forma às suas diferentes necessidades, se possível excedendo as suas expectativas iniciais;
- Qualidade das instalações associada à ideia de um ambiente cómodo e acolhedor, sinónimo de modernidade e originalidade dos equipamentos e da decoração, numa simbiose perfeita com a traça original e as características da região;
- Qualidade do ambiente, associada à natureza e ruralidade, sinónimo de recuperação física e psíquica;
- Qualidade da oferta local e regional associada à ideia de descanso e descanso activo, com origem nas mais diversas motivações, tais como:

Lazer;

Actividades diversas ligadas à natureza;

Desportos radicais, (Parapente, Náuticos, Surf, BTT);

Circuitos turísticos, (ex. touring cultural, religioso, paisagístico e arqueológico);

Áreas protegidas e riqueza paisagística;

Caça e pesca desportiva;

Eventos Regionais;

Praias (sol, praia e água);

Gastronomia e vinhos regionais;

História e cultura local, quer ao nível de edifícios históricos, quer ao nível de festividades de carácter, ora religioso ora pagão;  
Artes populares como o artesanato e outras; e  
Hospitalidade para todos os que visitam o Litoral Oeste.

Estes parâmetros deverão pois ser promovidos, conhecidos e reconhecidos como característicos da “Casa da Fonte Velha”, traduzidos no Posicionamento de Mercado pretendido, ou seja, um “Produto” associado à Qualidade do Serviço, nomeadamente com a implementação de Sistemas de Controlo de Qualidade e de Certificação, ferramentas importantes para adquirir vantagens competitivas e aumentar a rentabilidade da empresa, através de uma exploração mais racional dos recursos e uma valorização dos produtos e serviços. De um modo global, a gestão ambiental e a certificação constituem estratégias de desenvolvimento com vista à sustentabilidade e competitividade.

### *POLÍTICA DE PREÇO*

A política de preço é sem dúvida um dos factores mais marcantes em qualquer actividade comercial, já que pode determinar o fracasso ou sucesso da estratégia delineada, com as necessárias repercussões no desenrolar posterior da actividade. Assim, após consulta dos preços praticados por outras Unidades de TER., nomeadamente as localizadas na região e atendendo à tipologia da procura prevista, constituída sobretudo por pessoas da Classe B (média alta), mas também por parte da Classe A (alta) e C (média), serão praticados preços adequados ao mercado alvo seleccionado. A base do preço escolhido encontra pois sustentação em: (i) preços praticados pelas demais Unidades congéneres (Quadro 7); (ii) qualidade do ambiente envolvente à Casa da Fonte Velha; (iii) qualidade do serviço prestado aliada à qualidade e modernidade das instalações e equipamentos disponíveis; e (iv) poder de compra dos Clientes.

Ao nível da concorrência, obteve-se informação considerada muito importante por consulta aos sites das Unidades de TER ([www.casadapadeira.com](http://www.casadapadeira.com); [www.casadobidos.com](http://www.casadobidos.com); [www.casadocastelo.net](http://www.casadocastelo.net); [www.casadopoco.com](http://www.casadopoco.com); [www.casadorelogio.com](http://www.casadorelogio.com); [www.casasaorafael.com](http://www.casasaorafael.com); [www.casas-sthiago.com](http://www.casas-sthiago.com); [www.challetfontenova.pt](http://www.challetfontenova.pt); [www.lifecooler.com / portugal/alojamento / CasadosPlatanos](http://www.lifecooler.com/portugal/alojamento/CasadosPlatanos); [www.lifecooler.com / Portugal/alojamento / QuintadoCampo@1](http://www.lifecooler.com/Portugal/alojamento/QuintadoCampo@1); [www.maisturismo.pt/4/2876.html](http://www.maisturismo.pt/4/2876.html); [www.solaresdeportugal.pt / PT/solar.php?casaid=82](http://www.solaresdeportugal.pt/PT/solar.php?casaid=82); [Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas](http://www.toprural.pt/Quinta-ou-casa-rural-</a></p></div><div data-bbox=)

quartos/Quinta-da-Foz\_20836\_f.html), que incluiu referências de preços, qualidade de serviço e variedade de oferta em várias unidades da região, o que demonstrou a existência de propostas de diferentes níveis, já com algum apreço pela qualidade e prestação de serviços, mas não coincidentes com os valores e ao nível dos aplicados no presente projecto.

Os preços praticados pela concorrência na região demonstram que existe uma forte preocupação com os custos e divergem na maioria dos casos entre extremos situados nos 60 € e os 170 €. Utilizando canais de distribuição chamados vulgares tais como agencias de viagens, imprensa especializada e estabelecendo promoções sazonais, conseguem uma notoriedade facilmente explicável.

Quadro 7 – Preços Praticados na Região pelas Unidades de TER

Localização / Concelho	Modalidade / Tipologia	Preço por noite
Óbidos	Casa de Campo / T1	90 € a 120 €
	Casa de Campo / T2	140 € a 170 €
	Turismo de Habitação / Duplo	90 € a 100 €
	Turismo de Habitação / Twin	90 € a 110 €
	Turismo de Habitação / Duplo	85 € a 130 €
Rio Maior	Casa de Campo / T2	130 € a 150 €
Alcobaça	Turismo de Habitação / Duplo	70 € a 100 €
	Turismo de Habitação / Duplo	90 € a 120 €
	Turismo de Habitação / Twin	100 € a 150 €
Nazaré	Turismo de Habitação / Duplo	90 € a 100 €
Caldas da Rainha	Turismo de Habitação / Duplo	60 € a 80 €
	Turismo de Habitação / Duplo	75 € a 90 €
Peniche	Turismo de Habitação / Duplo	90 € a 120 €

Fonte: Sistematização Própria

Assim a qualidade da estada, traduzida pelos aspectos já referidos, a par da oferta diversificada de actividades, paisagens, áreas protegidas, praias e tantas outras hipóteses que se consubstanciam na enorme riqueza do património turístico, natural e humano, são razões de peso para “justificar” o preço de referência da Unidade. Prevê-se que será em média de 106

euros para o T1 e 141 euros o T2 por noite (Quadro 8), variando conforme a época do ano, com um mínimo de três noites de ocupação, visto que os preços praticados pelas unidades homologas se situam na mesma situação no mesmo intervalo de valores. Os principais factores que condicionam o preço são os custos, os preços da concorrência e o preço psicológico.

Quadro 8 – Política de Preços

	Épocas *	T1 (4P)	T2 (6P)
Alojamento	Especial	125 €	160 €
	Alta	115 €	150 €
	Média	100 €	135 €
	Baixa	85 €	120 €
	Média	106 €	141 €

\* Especial - 16 Julho a 15 Agosto;

Alta - 01 a 15 de Julho /16 Agosto a 15 de Setembro - Fim do Ano, Carnaval e Páscoa;

Média - 01 Maio a 30 Junho - 16 a Setembro a 30 Outubro; e

Baixa - Ano inteiro excepto períodos da época média, alta e especial.

Fonte: Sistematização Própria

### *POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO*

A política de comunicação utilizará fundamentalmente os seguintes meios:

- Personalização, com uma aposta forte na publicidade “boca a ouvido”;
- Publicação de uma revista de acolhimento;
- Divulgação através dos Organismos Estatais, nomeadamente da Regiões, Postos de Turismo e Câmaras Municipais;
- Publicidade em revistas com “targets” específicos como sejam as Classes Profissionais e outras – Médicos; Arquitectos; Engenheiros; Advogados;
- Sócios do Automóvel Clube de Portugal; Revistas de Vinhos; Revistas de Caça e/ou Pesca; Revista de bordo da Transportes Aéreos Portugueses (TAP);
- Página na Internet com elaboração cuidada – mensagem, fotografias e grafismo criteriosamente escolhido e interactivo, com informação sobre preços, visitas possíveis à região, actividades, entre outras;
- Participação em acções de Relações Públicas – pontualmente, quando as iniciativas em causa convergirem com o objectivo de divulgação da Unidade;
- Promovendo através de patrocínios, actividades desportivas e culturais; e

- Participação em acções de Mecenato – muito pontualmente e quando assim fizer sentido.

Para além destes meios, o Promotor da Unidade, não põe de parte outros, sempre que os mesmos sejam adequados ao alcance da sua Política Promocional.

São também levados em linha de conta os benefícios que advenham de acções de carácter genérico. Em especial, há a considerar o Plano de Promoção Externa elaborado pela região de Turismo do Oeste, tendo como principais mercados emissores a Espanha, Alemanha, França e Reino Unido. Evidentemente, espera-se que por esta via a procura, nomeadamente dos mercados referidos, aumente substancialmente.

### *POLÍTICA DE DISTRIBUIÇÃO*

A política de distribuição será efectuada em três vertentes: em primeiro plano haverá a distribuição directa, composta por venda realizada directamente no local e através de sistema de relações públicas; em segundo a indirecta que consiste na venda através das agências de viagens e operadores turísticos; por ultimo através da Internet e as evidências físicas.

Em todos os casos, haverá um cuidado especial na escolha da informação e imagens a apresentar, como forma de potenciar as mais-valias da Unidade, dos seus serviços, assim como da oferta diversificada de actividades na região.

Sendo que a relação comercial a estabelecer com agências e operadores é parte essencial da estratégia de Marketing, há que trabalhar no sentido de se atingirem determinados objectivos. Entre eles destacam-se:

- A inserção da Unidade em brochuras, revistas e outras publicações a lançar por aqueles agentes turísticos no mercado;
- A celebração de contratos especiais, pontuais e direccionados;
- A atribuição de preços diferenciados, a definir em função do volume de negócios gerados;
- A atribuição de rapell igualmente em função do volume de negócios atingido; e
- A negociação de outras situações que entretanto possam surgir e que sejam do interesse mútuo.

Mas para se atingirem estes objectivos junto dos agentes turísticos, há que inicialmente fazer um estudo no sentido de se determinar quantas e quais são as empresas a actuar no neste mercado, para que se possa determinar quais a que oferecem maior

convergência com os interesses comerciais da Unidade. Feita a selecção, são então realizados contactos pessoais para estabelecer parcerias, definindo nesse momento as condições em que tal vai acontecer, podendo tais condições variar entre os diferentes agentes turísticos, dependendo tal facto do volume de negócios perspectivado em cada caso. Paralelamente, devem ser estabelecidos e mantidos numa base regular contactos pessoais com operadores e agências, quer em feiras de turismo tipo BTL em espaço partilhado por ex. com a Câmara Municipal, quer em visitas aos seus estabelecimentos, sempre que for necessário.

Ainda no que concerne à política de distribuição do produto, e no caso à venda da Unidade junto das agências e operadores, convém “dar protecção aos agentes”, ou seja, evitar cair na tentação de oferecer melhores preços a Clientes directos, que os preços contratados e praticados com estes parceiros de negócio. Desta forma, poderá evitar-se entrar em concorrência directa com estes profissionais, que em última análise poderá resultar na quebra da parceria estabelecida.

Outro aspecto a considerar nesta relação é a celeridade das respostas a dar às questões colocadas, muitas vezes de carácter urgente. A título de exemplo, questões relativas a eventuais reservas, se não respondidas atempadamente podem decidir contrariamente à concretização das mesmas. Para além desta perda imediata, outra mais importante pode marcar o relacionamento entre a Unidade e o Agente em questão, que em próximas vezes poderá optar por contactar primeiramente outra Unidade concorrente.

Finalmente convém lembrar o cuidado a ter, quer na promoção quer na distribuição do “Produto” Casa da Fonte Velha, relativo à imagem que se pretende divulgar. Terá que haver um cuidado especial na escolha da informação e imagens a apresentar, como forma de potenciar as mais valias da Unidade, dos seus serviços, assim como da oferta diversificada de actividades na região.

#### 4.3.4- Recursos Humanos

O projecto implica a criação de quatro postos de trabalho, dois a tempo inteiro e dois a tempo parcial: o director técnico (o promotor), e três elementos, estes, a recrutar através da Escola Profissional da Nazaré. Um deles ocupar-se-á das actividades de marketing, comunicação e imagem, desenvolvimento e projectos de investimento turístico, os restantes colaboradores serão os responsáveis pelo funcionamento e exploração, incluindo as tarefas agrícolas e tratamento dos animais, bem como o acompanhamento e acolhimento dos hóspedes, um direccionado para o SPA que terá formação específica. As restantes actividades

serão desenvolvidas em ‘outsourcing’, em função do nível de especialização exigida.

#### 4.3.5 - Análise S.W.O.T.

A Análise ‘SWOT’ é uma ferramenta de gestão muito utilizada pelas empresas para o diagnóstico estratégico. O termo ‘SWOT’, é composto pelas dimensões ‘Strengths’ (Pontos Fortes), ‘Weaknesses’ (Pontos Fracos), ‘Opportunities’ (Oportunidades) e ‘Threats’ (Ameaças).

Este tipo de análise permite, (Soares, Moreira, Pinho e Couto, 2008):

- a) Efectuar uma síntese das análises internas e externas;
- b) Identificar os elementos chave para a gestão da empresa, permitindo estabelecer prioridades de actuação;
- c) Preparar opções estratégicas, ou seja, ver claramente quais são os riscos a ter em conta e quais os problemas a resolver, assim como as vantagens e as oportunidades a potenciar e explorar;
- d) Constituir um elemento fundamental para fazer a previsão de vendas em articulação com as condições do mercado e com as capacidades da empresa.

Esta ferramenta subdivide-se em duas análises complementares entre si:

- a) Análise Externa. Corresponde às principais perspectivas de evolução do mercado em que a empresa actua. São factores provenientes do mercado e do meio envolvente - decisões e circunstâncias fora do controlo directo da empresa, das quais se deve tirar partido ou proteger, construindo barreiras defensivas: ‘Opportunities’, aspectos positivos da envolvente, com impacto significativo no negócio da empresa; ‘Threats’ aspectos negativos da envolvente, com impacto significativo no negócio da empresa;
- b) Análise Interna. Corresponde aos principais aspectos que diferenciam a empresa ou o(s) produto(s) dos seus concorrentes. São provenientes do produto e da empresa - decisões e níveis de performance que podemos gerir. ‘Strengths’, vantagens internas da empresa ou produto(s) em relação aos seus principais concorrentes; ‘Weaknesses’ desvantagens internas da empresa ou produto(s) em relação aos seus principais concorrentes.

No final da análise ‘SWOT’ pretende-se definir as relações existentes entre os pontos

fortes e fracos com as tendências mais importantes que se verificam na envolvente da empresa, seja ao nível do mercado global, do mercado específico, da conjuntura tecnológica, social e demográfica, da conjuntura económica e das imposições legais.

A avaliação da Unidade de Turismo Rural em análise foi efectuada através desta matriz, considerando que se trata de um método que permite uma análise individual e simultaneamente cruzada dos respectivos pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e as ameaças, assim como entender melhor suas interações, com vista a uma mais sólida decisão em termos do modelo de negócio:

### *PONTOS FORTES*

- a) Localização - a propriedade situa-se no limite urbano da Aldeia, com uma vista privilegiada para a zona de hortas e ribeiras. Proximidade aos acessos rodoviários e a algumas das principais vilas e cidades da Zona Oeste: a 30 Km de Óbidos, a 20 Km de Caldas da Rainha, a 5 Km de São Martinho do Porto, a 3 Km da Praia do Salgado, a 8 Km da Nazaré, a 12 Km de Alcobaça, a 28 Km da Batalha e Marinha Grande, e 46 Km de a Fátima. Acresce ainda que a propriedade está localizada a poucos minutos da costa atlântica.
- b) Asseguradas parceria com os respectivos poderes locais, com empresas de actividades turísticas, restauração, agências de viagem e promotores turísticos.
- c) Oferta de actividades complementares com mais valias objectivas para o cliente:
  - Actividades de lazer e a prática de desportos (passeios de bicicleta, passeios de burro, escalada);
  - Torneios de cartas e outros jogos (ex. bridge);
  - Provas de vinhos locais e nacionais;
  - Aprendizagem de actividades agrícolas;
  - Aprendizagem de ofícios tradicionais;
  - Formação Energética e Ambiental;
  - Contacto com animais; e
  - Prática de jogos populares.
- d) Qualidade, comodidade e atractividade da construção - equipamento recentemente recuperado, com todos os elementos necessários ao conforto e bem-estar dos Hóspedes.
- e) Número e qualidade dos Recursos Humanos adequados às características e

exigências da unidade.

- f) Experiência profissional do Promotor – trabalha há vários anos na área do projecto e direcção de obra, tendo vasta experiencia em condução e direcção de obra, quer ainda ao nível da gestão dos recursos, nomeadamente os económico-financeiros.
- g) Conhecimento da região e da população local – tendo ao longo do tempo estabelecido contactos, o que poderá contribuir para um maior entrosamento dos próprios Hóspedes assim como a obtenção mais facilitada e a melhores preços de produtos e serviços, nomeadamente os regionais, estabelecendo políticas de cooperação, efectuando parcerias e desenvolvimento local.

#### *PONTOS FRACOS*

- a) Fragilidades em termos da sua implementação no mercado e de ganhos de quota de mercado à concorrência, por ser uma unidade recente.
- b) Situação financeira inicial – o Promotor do Projecto irá investir a maioria dos recursos financeiros na fase inicial, nomeadamente para a reconversão dos edifícios e restantes estruturas como a piscina. Assim e caso a facturação não venha a crescer a bom ritmo, poderá a breve prazo surgir uma situação de alguma dificuldade financeira.

#### *OPORTUNIDADES*

- a) Nova auto-estrada – a conclusão da A8 veio encurtar o tempo de viagem de e para a capital, o que facilita o acesso à região quer para os turistas quer venham do exterior via Aeroporto da Portela, quer daqueles que procurem a Unidade para estadas mais curtas como é o caso dos fins-de-semana.
- b) Localização da propriedade em zona de franca expansão turística, o que poderá facilitar boas taxas de ocupação.
- c) Crescimento turístico da região – O provável crescimento turístico da região, tanto em sentido mais lato, como o crescimento do Turismo Rural e do Turismo de Natureza em sentido mais específico, a par do crescimento das infra-estruturas mais diversas, como sejam novas vias de acesso e melhoramento das actualmente existentes, aumento, diversificação e melhoria qualitativa da restauração, aparecimento de novos parques temáticos, além do desenvolvimento criado pelo efeito multiplicador destas actividades, fazem da Zona Oeste uma região repleta de

oportunidades.

- d) Actual tendência da procura turística nacional e internacional muito centrada na procura de espaços e de unidades de alojamento de cariz rural, em detrimento dos espaços urbanos.

#### *AMEAÇAS*

- a) Concorrência actual – a existência de outras Unidades Hoteleiras, nomeadamente Unidades cuja oferta se situa no âmbito do TER e já com um conhecimento profundo do mercado.
- b) Conjuntura económica menos favorável, face às dificuldades financeiras ligadas à crise que se regista a nível europeu e mundial, no qual Portugal não constitui excepção.
- c) Aumento potencial da concorrência – durante vários anos, décadas mesmo, a região foi pouco explorada turisticamente, tendo esse panorama sido alterado nos últimos anos com uma procura crescente. Pelo grande potencial que a região oferece, quer a nível do património natural, quer a nível do património humano, é de crer que outros projectos venham a surgir, concorrendo desta forma com a Casa da Fonte Velha.

Do que fica exposto na análise S.W.O.T. e na abordagem do marketing mix, pode perceber-se que existem fraquezas e ameaças, mas que no entanto, as oportunidades a par dos pontos fortes da Casa da Fonte Velha apresentam potencial suficiente para uma aposta na consolidação do Projecto. Senão vejamos: à menor solidez financeira na fase inicial (ponto fraco), a par da concorrência e da sazonalidade (ameaças), a Casa da Fonte Velha contrapõe argumentos de peso. A localização e a qualidade quer da construção quer do ambiente natural, aliada à experiência profissional do Promotor do Projecto (pontos fortes), em paralelo com o elevado potencial turístico da região, a melhoria das acessibilidades e a facilidade trazida pela utilização da World Wide Web (WWW) (oportunidades), fazem com que o Projecto da Casa da Fonte Velha tenha boas perspectivas de sucesso.

#### 4.3.6- Estudo Financeiro

Efectuada a análise S.W.O.T., convém salientar que para a maioria dos Projectos a questão central é saber se os projectos são ou não viáveis. Por esse motivo, saber até que ponto o Estudo de Viabilidade e toda a informação contida nos seus mapas previsionais é

razoavelmente segura e próxima da realidade, torna-se determinante. Ainda assim, as decisões são tomadas com base nas informações recolhidas e nos estudos feitos, pois é através deles que se reduz o grau de risco e se antecipa a evolução do investimento realizado e projecta-se a estratégia de marketing a adoptar.

O presente Estudo de Viabilidade baseia-se nos instrumentos económico-financeiros habitualmente utilizados nestas circunstâncias, onde naturalmente surgem a demonstração de resultados e o balanço, a par de outros como sejam o mapa de financiamento, a previsão de vendas e a análise financeira. Relativamente aos impostos, optou-se neste projecto por utilizar o valor de vinte e três por cento para o Imposto sobre o Valor Acrescentado IVA (em vigor à data do início do Projecto), por uma questão de facilidade de tratamento por um lado e por segurança, aplicou-se ainda uma taxa de Imposto sobre o Rendimento Colectivo de vinte e cinco e uma taxa de Imposto sobre o Rendimento Singular de quatro por cento. Não crendo que estes valores pudessem distorcer só por si a validade do Projecto, conseguiu-se assim, como anteriormente foi referido, duas metas importantes: defender o Projecto de eventuais aumentos daqueles valores assim como criar uma base de trabalho facilitada pela utilização de um único valor de Imposto sobre o Valor Acrescentado, ao invés dos habituais seis e treze por cento.

No que concerne aos indicadores financeiros e porque se tratou de um Estudo de Viabilidade, incidiu-se sobre o Valor Actualizado Líquido (VAL), a Taxa Interna de Rentabilidade (TIR) e o Período de Retorno do Investimento (PRI). Serão, em seguida, destacados alguns rácios que juntamente com os mapas financeiros mostram não só os valores envolvidos, como também a sua evolução previsional (Apêndice I e apêndice II (Anos 2012 a 2017, referente à candidatura ao PRODER)).

#### *INDICADORES FINANCEIROS*

Valor Actualizado Líquido - Ao serem aplicados valores de mercado (custo do capital) ao Estudo de Viabilidade, para estimar futuros Cash Flows, é possível obter os seus valores à data do Projecto. Fazendo uma análise do Valor Actualizado Líquido de todos os Cash Flows estimados para a duração do Projecto, foi possível obter o benefício total proveniente da implantação da Unidade.

Taxa Interna de Rentabilidade – Este indicador financeiro mostra a que taxa o Valor Actualizado Líquido atinge o zero. Assim, quanto mais alto for este indicador melhor, uma vez que seria necessária uma taxa de mercado mais elevada para que o Projecto não desse

lucro. Também nos indica que se o Projecto tiver uma Taxa Interna de Rentabilidade abaixo do esperado pelo Promotor, não deveria em caso algum ser iniciado.

Período de Recuperação (PR) – Indica-nos quanto tempo levará até que seja recuperado o investimento inicial.

### *RÁCIOS DE GESTÃO*

Rácios de Lucro – Estes rácios transmitem a viabilidade económica do Projecto sob a forma de resultado, uma vez que nos mostram de que forma as vendas conseguem cobrir os custos fixos e variáveis além do capital investido. Variando de actividade para actividade, este tipo de rácio tem em comum o facto de nos transmitir que caso se situem abaixo dos standards da Indústria em questão, então o modelo actual de gestão deve ser revisto, assim como a forma de actuar.

Rácios de Eficiência – Estes rácios projectam uma visão económico-financeira da gestão levada a cabo, permitindo saber qual a taxa de rotação do negócio, assim como o crédito concedido e recebido de Clientes e Fornecedores respectivamente. Porque se trata de um Projecto de Serviços e não havendo verdadeiramente stocks este tipo de rácios apenas podem ser considerados no todo.

Rácios de Liquidez – Dão-nos uma perspectiva financeira do negócio, mostrando até que ponto a Unidade é capaz de gerar liquidez sem ter que recorrer a outros empréstimos. Porque o Projecto envolve compromissos financeiros de curto prazo, se os indicadores de liquidez se situarem abaixo do recomendado para a actividade em questão, medidas de carácter urgente devem ser tomadas, sob pena do Promotor não ter meios para fazer face aos tais compromissos de curto prazo.

Rácios de Alavancagem – Estes indicadores financeiros mostram-nos a proporção entre os fundos próprios do Promotor e a parte financiada por terceiros. Uma pequena proporção de fundos próprios significa um elevado grau de endividamento, o que implica maiores encargos financeiros além de prováveis dificuldades em obter novos empréstimos. Por outro lado, caso o grau de financiamento externo seja demasiado pequeno, pode significar uma baixa capacidade de obtenção de fundos, o que poderia dificultar o avanço do Projecto em causa (Soares, et. al, 2008).

### *RECURSOS FINANCEIROS*

O investimento principal deste projecto é a reconstrução das casas. Além do valor

das obras considera-se ainda todo o equipamento necessário para recheiar e operacionalizar a unidade, de acordo com a seguinte lista:

- Trabalhos de Construção Civil;
- Instalações Auxiliares;
- Jardim;
- Mobiliário quartos, salas e cozinhas;
- Equipamento de Piscinas, SPA e Ginásio;
- Atoalhados;
- Serviços, talheres e copos;
- Louças e Objectos de Vidro;
- Decoração e Tapeçarias;
- Colchoaria e Cobertores;
- Fardas e equipamentos;
- Hardware e Software;
- Videovigilância e Controlo de Acessos;
- Equipamento de Comunicação;
- Projectos;
- Plano Estratégico de Marketing;
- Marketing;
- Campanha de Lançamento;
- Aquisição de animais;
- Despesas diversas.

#### Quadro 9 – Resumo do Investimento

Investimento por ano	2011	2012	2013
Propriedades de investimento			
Activos fixos tangíveis			
Terrenos e Recursos Naturais			
Edifícios e Outras Construções	94.055	122.730	27.615
Equipamento Básico		5.216	37.638
Equipamento Administrativo			2.750
Outros activos fixos tangíveis			1.260
<b>Total Activos Fixos Tangíveis</b>	<b>94.055, 00 €</b>	<b>127.946,00 €</b>	<b>69.263,00 €</b>
Activos Intangíveis			
<b>Total Investimento</b>	<b>94.055, 00 €</b>	<b>127.946,00 €</b>	<b>69.263,00 €</b>

Fonte: Sistematização Própria, (adaptado do site [www.iapmei.pt](http://www.iapmei.pt))

As despesas com a aquisição de equipamento, obras e outros custos de arranque

inicial (Quadro 9), serão suportadas por capitais próprios, empréstimo bancário a negociar com uma instituição financeira, e por eventuais apoios provenientes da candidatura (Quadro 10) apresentada ao SI - sistema de incentivos, Sub-Programa 3, Acção 3.1.3. - Desenvolvimento de actividades turísticas e de lazer do PRODER, conforme apêndice III. A respectiva candidatura encontra-se actualmente em análise na Associação para o Desenvolvimento e Promoção Rural do Oeste, Leader Oeste, sediada no Cadaval.

Quadro 10 – Fontes de Financiamento

Fontes de Financiamento	2011	2012	2013
Meios Libertos	470	1.345	6.338
Capital	5.000		
Outros instrumentos de capital	5.000	15.000	20.000
Empréstimos de Sócios			
Financiamento bancário e outras Inst. Crédito	70.000	25.000	25.000
Subsídios	35.726	84.274	57.713
<b>TOTAL</b>	<b>116.196,00 €</b>	<b>125.619,00 €</b>	<b>109.051,00 €</b>

Fonte: Sistematização Própria, (adaptado do site [www.iapmei.pt](http://www.iapmei.pt))

Para a projecção de receitas deve-se considerar que a procura é sazonal, e que o efeito da sazonalidade se reflecte no número de dormidas, na quantidade de compras efectuadas na loja e na quantidade de dias que a sala é alugada (Quadro 11).

A taxa de sazonalidade a utilizar é a definida de acordo com os dados publicados pelo Turismo de Portugal, para a região.

Quadro 11 – Projecção das receitas

VENDAS - MERCADO NACIONAL	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Produto A (Alojamento)			8.405	16.809	18.490	20.339
Produto B (Actividades Turísticas)			2.620	5.240	5.764	6.340
Produto C (Vendas de Produtos)			1.708	3.415	3.757	4.132
Produto D (SPA)			13.539	27.077	30.582	34.654
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>26.271,00 €</b>	<b>52.541,00 €</b>	<b>58.592,00 €</b>	<b>65.465,00 €</b>

Fonte: Sistematização Própria, (adaptado do site [www.iapmei.pt](http://www.iapmei.pt))

### *ANALISE DOS RESULTADOS*

O estudo financeiro referente à viabilidade do projecto é analisado tendo como pressupostos que nos primeiros 24 meses a empresa não tem qualquer laboração, isto é, só inicia a facturação 24 meses após o início do projecto, ou seja, o espaço temporal necessário à concretização das obras de instalação.

Em primeiro lugar, analisou-se a empresa tendo em vista os indicadores financeiros.

o Cash-Flow Operacional/Resultado Operacional positivo durante todos os anos com a excepção ao ano de 2012, visto ser neste ano que a empresa irá efectuar o maior investimento, apresentando em 2017 um Cash-Flow Operacional/Resultado Operacional de 261%.

O VAL vai atingir o momento zero, isto é, quando começa a registar um retorno do investimento realizado no 11º ano após o início do projecto. Chegando assim a uma TIR de 9% face ao investimento Realizado (Quadro 12).

Quadro 12 – Previsão do VAL

2011	-	291.263,22 €
2012	-	299.135,07 €
2013	-	287.727,33 €
2014	-	262.097,79 €
2015	-	231.857,88 €
2016	-	196.846,16 €
2017	-	162.451,79 €

Fonte: Sistematização Própria

Com esta TIR a empresa vai ter um PR do investimento de 11 anos, ou seja, a partir daí o investimento considera-se pago.

Em segundo lugar, podemos fazer uma análise com base em rácios de gestão, que conforme tabelas em anexo podemos afirmar a viabilidade da empresa.

Nos rácios económicos de rendibilidade e risco, chegamos a conclusão que a empresa apresenta um Grau de Alavanca Operacional (GAO) de 3,43 e um ponto crítico de negócio de 58.833,19 € quando a previsão de rendimentos é de 66.773,38 € (valores sem IVA), atingindo assim uma Margem de Segurança de 9% em 2016 e 13% em 2017.

Nos rácios Financeiros de rendibilidade e risco, podemos apresentar conforme tabelas anexas uma Solvabilidade de 233% no ano 2017, tendo até este exercício vindo a crescer, e uma Autonomia Financeira no ano 2017 de 73%; estes dois indicadores mostram-nos que, em termos de endividamento, a estrutura financeira da empresa é bastante saudável.

Ainda nestes rácios podemos apontar uma Rendibilidade Económica de 10% no exercício de 2017, assim como uma rendibilidade do Activo de 8%.

Quanto aos rácios de Liquidez estes indicadores referem-nos, em que medida o passivo de curto prazo está coberto por activos que se esperam vir a ser convertidos em meios financeiros líquidos num período supostamente correspondente ao do vencimento das dívidas de curto prazo. Para compreendermos o real interesse destes indicadores, convirá reflectir que,

nos prazos previstos para o período de recuperação do investimento, estes indicadores poderão ter a análise mais correcta.

Acresce que a utilização dos referidos rácios é um elemento necessário e de grande importância, mas que os mesmos não valem só por si. Há que interpretá-los e deles saber retirar as devidas conclusões correlacionando-os. Mais, é de todo relevante que se possam detectar tendências (ler nas entre linhas), pois informação há que por vezes não é detectada à primeira vista.

### 4.3.7- Calendarização

No sentido de um planeamento global, o autor do projecto faz uma previsão do tempo que irá decorrer entre o início e a implementação das diversas fases do projecto, elaborando uma fita ou recta de tempo, com as acções a desenvolver identificando os pontos críticos ou de possível ruptura. Para tal foi utilizado o método de ‘Gantt’ que consiste em determinar a melhor maneira de posicionar as diferentes tarefas de um projecto a executar num determinado período de tempo, em função de:

- Duração de cada uma das tarefas;
- Relação de precedências entre as diferentes tarefas;
- Prazos a respeitar; e
- Capacidades disponíveis.

Gráfico 2 - Gráfico de Gantt, Calendarização

Identificação	Nome da tarefa	2011			2012				2013		
		Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	
1	Análise da Candidatura	[Barra azul]									
2	Decisão /Ass. Contrato	[Barra azul]									
3	Obras de Construção Civil	[Barra azul]									
4	Aquisição de Equipamento	[Barra azul]									
5	Aquisição do Recheio	[Barra azul]									
6	Plano Estratégico	[Barra azul]									
7	Promoção e Marketing	[Barra azul]									

Fonte: Sistematização Própria

De seguida são apresentadas as conclusões e recomendações finais para este Projecto.

## CONCLUSÃO

Atendendo ao que fica exposto, uma primeira ideia pode ser extraída. O projecto Casa da Fonte Velha, situado na região Oeste Norte, próximo do campo e da praia, a meio caminho da Capital e do centro do País, tem grande potencial. Quanto aos dados financeiros em análise, as previsões apontam para uma evolução cuidadosa, embora com perspectivas igualmente positivas. De facto, é possível verificar que o cenário apresenta boas hipóteses de lucro, não só porque a percentagem de custos variáveis sobre as vendas é pequena, mas também porque a estrutura de custos fixos é diminuta.

Relativamente à Liquidez do Projecto, esta não apresenta problemas imediatos uma vez que não existem *stocks* e os custos fixos são diminutos. Por estes motivos é de prever que não haja problemas em cumprir as responsabilidades financeiras de curto prazo.

Quanto ao endividamento, há que salientar que apenas 15% provém de fontes externas, sendo que mesmo nos primeiros anos quando o montante é mais elevado, não se apresentam motivos para maiores preocupações uma vez que os valores que o Projecto deverá originar cobrem os montantes referentes a encargos com terceiros.

Por via do que fica exposto, à Casa da Fonte Velha com as suas particularidades, “pede-se” uma gestão eficaz e eficiente que tome em consideração sobretudo três aspectos:

- a) Actividades Complementares – estas poderão ser a chave da diferenciação para a concorrência, além de que permitiria uma menor dependência do aluguer das casas, a par de uma maior diversificação do negócio e conseqüentemente uma maior rentabilidade;
- b) Fidelidade – excluindo os meses de Verão, Passagem de Ano, Carnaval e Páscoa, alturas em que os estabelecimentos hoteleiros da região asseguram a sua maior taxa de ocupação, chegando na maioria dos casos aos 100%, nos restantes períodos do ano verifica-se uma descida acentuada na referida taxa de ocupação. Assim, torna-se fundamental que o proprietário e Gestor do Projecto seja capaz de criar relações duradouras com os seus Clientes. Isto permitir-lhe-á ter uma maior taxa de ocupação durante as épocas baixas pela assiduidade de alguns Hóspedes, além de que os mesmos servirão outro propósito, o da publicidade boca a ouvido;
- c) Divulgação e Promoção – esta terá forçosamente que ser concebida de forma exemplar, tanto nos textos escritos como nas imagens e grafismos criados. Quanto mais apelativa for a promoção da Unidade, mais ela se tornará apetecível para os potenciais Hóspedes e mais se diferenciara da concorrência.

Em face do atrás enunciado, de destacar que a realidade TER, segundo vários estudos, assenta em motivações predominantemente não económico-empresariais, salientando-se as preocupações centradas na valorização do património familiar e na necessidade de manter as casas ocupadas, com rendimento associado. Este padrão de iniciativa tem reflexos na estruturação da oferta de serviços (limitando os efeitos de inserção na actividade económica dos territórios) e na própria organização interna dos estabelecimentos (IESE, 2008; Silva, 2009).

Pretende-se, deste modo, inverter este percurso, atribuindo ao TER uma importância de crescimento económico, constituindo-se como um motor de desenvolvimento social, económico, ambiental ao nível local. Deve salientar-se nomeadamente a importância da qualificação e competitividade da oferta, incentivando novos parceiros de mercado local, do desenvolvimento de produtos tradicionais, primando pela excelência ambiental e urbanística, da formação de recursos humanos e modernização empresarial, contribuindo para a criação de valor acrescentado, com características distintas e inovadoras.

O presente projecto detém uma relação simbiótica e de proximidade com outras actividades de cariz económico e social, existentes na região. Concretamente, foram estabelecidos acordos de parceria com as unidades de espaço rural da região, com empresários agrícolas, artesãos e entidades da área hoteleira, no sentido da Casa da Fonte Velha oferecer aos seus visitantes um conjunto de produtos da terra, de artesanato e de serviços diversos, directamente relacionados com as principais actividades económicas existentes a nível local. De destacar entidades parceiras como os Municípios da Nazaré e Alcobaça, Juntas de Freguesia de Famalicão, Alfeizerão e S. Martinho do Porto, Casa do Pão de Ló de Alfeizerão, Restauração, Empresas de Actividades de Turismo e Lazer. De sublinhar a importante parceria firmada com a Escola Profissional da Nazaré, que ministra cursos na área do turismo e hotelaria.

Este projecto assenta no desenvolvimento de redes interactivas integradas que potenciem os recursos endógenos quer naturais, agrícolas, culturais e turísticos, em parcerias com outros agentes com a finalidade de potenciar e multiplicar o conceito de desenvolvimento rural ao nível do território.

**“A força não provém da capacidade física e sim de uma vontade indomável”**

*Mahatma Gandhi*

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrantes, P., (2002). *Trabalho de projecto na escola e no currículo*, in Abrantes, P., Figueiredo, C., Veiga Simão, A. M. (2002) *Reorganização Curricular do Ensino Básico - Novas Áreas Curriculares*, Ministério da Educação, Lisboa.
- AMAP (2004). *Qualidade do Turismo em Espaço Rural –TER, Proposta de Avaliação da Qualidade do Agroturismo*, AMAP – Associação das Mulheres Agricultoras Portuguesas, Lisboa.
- APCER, (2008). *Requisitos para certificação de empreendimentos de Turismo de Habitação/TER (Turismo no Espaço Rural)*, APCER – Associação Portuguesa de Certificação, Leça da Palmeira.
- Beni, Mario (2004). *Como Certificar o Turismo Sustentável?*, Revista do Espaço Académico, n.º 37, São Paulo.
- Bordalo, I. e Ginestet J. (1993). *Pour une Pédagogie du Project*, Hachette Éducation, Paris.
- Camargo, L. (1998). *Educação para o lazer*, SP: Moderna, São Paulo.
- Cavaco, Cristina (2005). *Turismo versus animação turística. Pessoas e Lugares*. Lisboa: *Jornal de Animação da Rede Portuguesa LEADER+, II Série N.º 30 Junho 2005*, p. 2.
- Cosme, A. e Trindade, R. (2001). *Área de Projecto – Percursos com sentidos*, Porto, Edições ASA.
- Costa, C. (2003). Um paradigma emergente na área do planeamento? Questões de teoria e prática do planeamento. In Simões, O. & Cristóvão, A. (Org.), *TERN Turismo em Espaços Rurais e Naturais*. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, 189-201.
- Cunha, Licínio (2003). *Perspectivas e Tendências do Turismo*, Edições Universitárias Lusófonas, Lisboa.
- Cunha, Licínio (2006). *Economia e Política do Turismo*, Edições Verbo, Lisboa.
- Ferrão, J.; Lopes, R. (2004). *Understanding peripheral rural areas as contexts for economic development*. In: Labrianidis, L. *The future of Europe’s rural peripheries*. Ashgate, Ashgate Publishing
- Fonseca, Fernando (2006). *O planeamento estratégico em busca de potenciar o território: o caso de Almeida*, Dissertação de Mestrado, UM, Braga.
- IESE, (2008). *Estudo de Caracterização do Turismo no Espaço Rural e do Turismo de Natureza em Portugal*, DGADR, Direcção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural, Lisboa.

- Kotler, Philip (2000). *Administração de Marketing*, Prentice Hall, São Paulo
- Leal, C. (2001). *O turismo rural e a União Europeia. Uma realidade em expansão*, Guia prático de investimento, Almedina Coimbra.
- Lopes, António (2008). *A Gestão Ambiental e a Certificação no Turismo em Espaços Rurais e Naturais. Uma Abordagem Conceptual*, Escola Superior Agrária de Coimbra, Coimbra.
- López P., e Salas M. (1988). *Formación de animadores y dinámicas de la animación. Popular*, Madrid.
- Marcellino, N. (2000). *Estudos do lazer: uma introdução*, SP: Autores Associados, Campinas.
- Mintzberg, Henry, Quinn, J. (2001). *O processo da estratégia*, Bookman, São Paulo.
- Perez Correa (2002). *Lo rural y la nova ruralidad*. In: Perez Correa, E.; Maria Sumpsi, J. (coords.). *Políticas, instrumentos y experiencias de desarrollo rural en América latina y Europa*. Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Pinto, Carla (2006). *Mais de 80 Certificados emitidos no sector do Turismo*, Revista Viajar, nº 187, Lisboa.
- Requixa, R. (1974). *As dimensões do lazer*. SP: Sesc, São Paulo.
- Salvà-Tomàs, Pere (2001). *Tourism sector restructure sustainability and territorial perspectives at the beginnings of 21st century*, Tourism Sustainability and Territorial Organization, APDR, Coimbra.
- Santos, S., Barbosa, P., e Bártole, T. (2009). *Turismo sustentável e a sua importância para o sector em Portugal*, Research, Setembro, nº5, Lisboa.
- Silva, Luís (2009). *Casas no Campo. Etnografia do Turismo Rural em Portugal*, Imprensa de Ciências Sociais, Lisboa.
- Sirgado, José (2006). *2º Curso de Pós-Graduação Rota do Românico do Vale do Sousa Turismo, Ordenamento e Gestão do Território – Módulo 1 : Introdução ao Sistema Turístico*, Penafiel.
- Soares, I., Moreira, J., Pinho, C., e Couto J., (2008). *Decisões de Investimento, Análise Financeira de Projectos*, Edições Sílabo, Lisboa.
- TP, (2009). *Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural, A oferta e a procura – 2008*, Turismo de Portugal, I.P., Lisboa.
- Umbelino, Jorge (1998). *Turismo em espaço rural: da utopia à realidade*, In PINTASSILGO, J.; TEIXEIRA, M.A., *Turismo Horizontes Alternativos*, Edições Colibri, Lisboa.
- VERA, F. (1997). *Análisis territorial del turismo*, Ariel, Barcelona.

Vieira, Cristina, (2005). *Animação turística, uma oportunidade dos territórios rurais. Pessoas e Lugares*. Lisboa: Jornal de Animação da Rede Portuguesa LEADER+, II Série N.º 30 Junho 2005, p. 3.

Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de Março, Diário da República, 1.ª série - N.º 48, 7 de Março de 2008.

Lei n.º 60/2007, de 4 de Setembro, Diário da República, 1.ª série - N.º 170 - 4 de Setembro de 2007.

Portaria n.º 232/2008, de 11 de Março, Diário da República, 1.ª série - N.º 50 - 11 de Março de 2008.

Portaria n.º 937/2008, de 20 de Agosto, Diário da República, 1.ª série - N.º 160 - 20 de Agosto de 2008.

Regulamento (CE) n.º 1980/2000, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de Julho de 2000.

[www.abae.pt/programa/ChaveVerde](http://www.abae.pt/programa/ChaveVerde), acedido em 30JAN2011

[www.apecer.pt](http://www.apecer.pt), acedido em 31JAN2011

[www.casadapadeira.com](http://www.casadapadeira.com), acedido em 30MAI2011

[www.casadobidos.com](http://www.casadobidos.com), acedido em 30MAI2011

[www.casadocastelo.net](http://www.casadocastelo.net), acedido em 30MAI2011

[www.casadopoco.com](http://www.casadopoco.com), acedido em 30MAI2011

[www.casadorelogio.com](http://www.casadorelogio.com), acedido em 30MAI2011

[www.casasaorafael.com](http://www.casasaorafael.com), acedido em 30MAI2011

[www.casas-stiago.com](http://www.casas-stiago.com), acedido em 30MAI2011

[www.challetfontenova.pt](http://www.challetfontenova.pt), acedido em 30MAI2011

[www.cm-nazare.pt](http://www.cm-nazare.pt), acedido em 02MAI2011

[www.ec3global.com](http://www.ec3global.com), acedido em 31JAN2011

[www.ecolabel-tourism.eu](http://www.ecolabel-tourism.eu), acedido em 28JAN2011

[www.greenglobe.org](http://www.greenglobe.org), acedido em 28JAN2011

[www.green-key.org](http://www.green-key.org), acedido em 30JAN2011

[www.iapmei.pt](http://www.iapmei.pt), acedido em 30JAN2011

[www.ine.pt/](http://www.ine.pt/), acedido em 02MAI2011

[www.lifecooler.com/portugal/alojamento/CasadosPlatanos](http://www.lifecooler.com/portugal/alojamento/CasadosPlatanos), acedido em 30MAI2011

[www.lifecooler.com/Portugal/alojamento/QuintadoCampo@1](http://www.lifecooler.com/Portugal/alojamento/QuintadoCampo@1), acedido em 30MAI2011

[www.maisturismo.pt/4/2876.html](http://www.maisturismo.pt/4/2876.html), acedido em 30MAI2011

[www.sativa.pt](http://www.sativa.pt), acedido em 31JAN2011

[www.solaresdeportugal.pt/PT/solar.php?casaid=82](http://www.solaresdeportugal.pt/PT/solar.php?casaid=82), acedido em 30MAI2011

[www.sustainabletravelinternational.org](http://www.sustainabletravelinternational.org), acedido em 30JAN2011

[www.toprural.pt/Quinta-ou-casa-rural-quartos/Quinta-da-Foz\\_20836\\_f.html](http://www.toprural.pt/Quinta-ou-casa-rural-quartos/Quinta-da-Foz_20836_f.html), acedido em  
30MAI2011

[www.tuv.pt/certificacao/eco\\_hotel.html](http://www.tuv.pt/certificacao/eco_hotel.html), acedido em 30JAN2011

## APÊNDICES

## APÊNDICE I



## Pressupostos Gerais

Valide os pressupostos aqui indicados e ajuste-os de acordo com o seu projecto

Unidade monetária	Euros
-------------------	-------

1º Ano actividade	2011
-------------------	------

Prazo médio de Recebimento (dias) / (meses)	1	0,0
Prazo médio de Pagamento (dias) / (meses)	30	1,0
Prazo médio de Stockagem (dias) / (meses)	30	1,0

Taxa de IVA - Vendas	23%
Taxa de IVA - Prestação Serviços	23%
Taxa de IVA - CMVMC	23%
Taxa de IVA - FSE	23%
Taxa de IVA - Investimento	23%

Taxa de Segurança Social - entidade - órgãos sociais	21,25%
Taxa de Segurança Social - entidade - colaboradores	23,75%
Taxa de Segurança Social - pessoal - órgãos sociais	10,00%
Taxa de Segurança Social - pessoal - colaboradores	11,00%
Taxa média de IRS	15,00%
Taxa de IRC	25,00%

Taxa de Aplicações Financeiras Curto Prazo	0,70%
Taxa de juro de empréstimo Curto Prazo	5,60%
Taxa de juro de empréstimo ML Prazo	6,35%

Taxa de juro de activos sem risco - Rf	1,60%	NOTA: Quando não se aplica <i>Beta</i> , colocar: - O prémio de risco ( $p^o$ ) adequado ao projecto - Beta = 100% ==> $R(Tx \text{ actualização}) = Rf + p^o$
Prémio de risco de mercado - $(Rm-Rf) * \text{ou } p^o$	10,00%	
Beta empresas equivalentes	100,00%	
Taxa de crescimento dos cash flows na perpetuidade	0,05	

\* Rendimento esperado de mercado

### Métodos de avaliação considerados:

#### Free Cash Flow to Firm

Em linhas gerais, o método dos fluxos de caixa descontados consiste em estimar-se os fluxos de caixa futuros da empresa e trazê-los a valor presente por uma determinada taxa de desconto (WACC). Em outras palavras, o valor de uma empresa pode ser expresso como o valor presente do fluxo FCFF (fluxo de caixa líquido para a firma, do inglês Free Cash Flow to Firm).

#### Free Cash Flow to Equity

No método de avaliação pelo desconto de fluxos de caixa líquido do acionista (FCFE – do inglês Free Cashflow to Equity), o objetivo é avaliar directamente o património líquido da empresa.

## Vendas + Prestações de Serviços

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Taxa de variação dos preços		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

VENDAS - MERCADO NACIONAL	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Produto A (Alojamento)</b>	0	0	8.405	16.809	18.490	20.339
Quantidades vendidas		0	1	1	1	1
Taxa de crescimento das unidades vendidas			0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Preço Unitário		0,00	8.404,50 €	16.809,00 €	18.489,90 €	20.338,89 €
<b>Produto B (Actividades Turísticas)</b>	0	0	2.620	5.240	5.764	6.340
Quantidades vendidas		0	1	1	1	1
Taxa de crescimento das unidades vendidas			0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Preço Unitário		0,00	2.620,00 €	5.240,00 €	5.764,00 €	6.340,40 €
<b>Produto C (Vendas de Produtos)</b>	0	0	1.708	3.415	3.757	4.132
Quantidades vendidas		0	1	1	1	1
Taxa de crescimento das unidades vendidas			0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Preço Unitário		0,00	1.707,50 €	3.415,00 €	3.756,50 €	4.132,15 €
<b>Produto D (SPA)</b>	0	0	13.539	27.077	30.582	34.654
Quantidades vendidas		0	1	1	1	1
Taxa de crescimento das unidades vendidas			0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Preço Unitário		0,00	13.538,50 €	27.077,00 €	30.581,60 €	34.653,56 €
<b>TOTAL</b>	0	0	26.271	52.541	58.592	65.465

VENDAS - EXPORTAÇÃO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Produto A *</b>	0	0	0	0	0	0
Quantidades vendidas		0	0	0	0	0
Taxa de crescimento das unidades vendidas						
Preço Unitário		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Produto B *</b>	0	0	0	0	0	0
Quantidades vendidas		0	0	0	0	0
Taxa de crescimento das unidades vendidas						
Preço Unitário		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	0	0	0	0	0	0

\* Produtos / Famílias de Produtos / Mercadorias

NOTA: Caso não tenha conhecimento das quantidades, colocar o valor das vendas na linha das "Quantidades Vendidas" e o valor 1 na linha do "Preço Unitário".

PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS - MERCADO NACIONAL	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Serviço A</b>		0	0	0	0	0
Taxa de crescimento						
<b>Serviço B</b>		0	0	0	0	0
Taxa de crescimento						
<b>Serviço C</b>		0	0	0	0	0
Taxa de crescimento						
<b>Serviço D</b>		0	0	0	0	0
Taxa de crescimento						
<b>TOTAL</b>	0	0	0	0	0	0

PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS - EXPORTAÇÕES	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Serviço A</b>		0	0	0	0	0
Taxa de crescimento						
<b>Serviço B</b>		0	0	0	0	0
Taxa de crescimento						
<b>Serviço C</b>		0	0	0	0	0
Taxa de crescimento						
<b>Serviço D</b>		0	0	0	0	0
Taxa de crescimento						
<b>TOTAL</b>	0	0	0	0	0	0



## Vendas + Prestações de Serviços

TOTAL VENDAS - MERCADO NACIONAL		0	0	26.271	52.541	58.592	65.465
TOTAL VENDAS - EXPORTAÇÕES		0	0	0	0	0	0
TOTAL VENDAS		0	0	26.271	52.541	58.592	65.465
IVA VENDAS	23%	0	0	6.042	12.084	13.476	15.057

TOTAL PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS - MERCADO NACIONAL		0	0	0	0	0	0
TOTAL PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS - EXPORTAÇÕES		0	0	0	0	0	0
TOTAL PRESTAÇÕES SERVIÇOS		0	0	0	0	0	0
IVA PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	23%	0	0	0	0	0	0

TOTAL VOLUME DE NEGÓCIOS		0	0	26.271	52.541	58.592	65.465
--------------------------	--	---	---	--------	--------	--------	--------

IVA		0	0	6.042	12.084	13.476	15.057
-----	--	---	---	-------	--------	--------	--------

TOTAL VOLUME DE NEGÓCIOS + IVA		0	0	32.313	64.625	72.068	80.522
--------------------------------	--	---	---	--------	--------	--------	--------

Perdas por imparidade	0%	0	0	0	0	0	0
-----------------------	----	---	---	---	---	---	---



## CMVMC - Custo das Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas

CMVMC	Margem Bruta	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>MERCADO NACIONAL</b>				5.605	11.209	12.490	13.941
Produto A (Alojamento)	99,00%			84	168	185	203
Produto B (Actividades Turísticas)	35,00%			1.703	3.406	3.747	4.121
Produto C (Vendas de Produtos)	35,00%			1.110	2.220	2.442	2.686
Produto D (SPA)	80,00%			2.708	5.415	6.116	6.931
<b>MERCADO EXTERNO</b>							
Produto A *							
Produto B *							
<b>TOTAL CMVMC</b>				5.605	11.209	12.490	13.941
<b>IVA</b>	23%			1.289	2.578	2.873	3.206
<b>TOTAL CMVMC + IVA</b>				6.894	13.787	15.362	17.148

NOTA: Mapa construído caso a caso:

- Introduzir a Margem Bruta directamente, quando conhecida e passível de ser utilizada, ou efectuar a respectiva fórmula de cálculo;
- Efectuar os cálculos auxiliares considerados necessários para alcançar a o nível de matéria-prima por unidade produzida e introduzir manualmente os valores;
- Caso não seja possível alcançar o nível do consumo de matéria-prima por produto, introduzir o valor do custo total, após a realização dos respectivos cálculos auxiliares.



FSE - Fornecimentos e Serviços Externos

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nº Meses			6	12	12	12
Taxa de crescimento			3,00%	3,00%	3,00%	3,00%

	Tx IVA	CF	CV	Valor Mensal	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Subcontratos	23%	100%		100,00			618,00	1.236,00	1.273,08	1.311,27
Serviços especializados										
Trabalhos especializados	23%	100%		20,00			123,60	247,20	254,62	262,25
Publicidade e propaganda	23%	100%		100,00			618,00	1.236,00	1.273,08	1.311,27
Vigilância e segurança	23%	100%		20,00			123,60	247,20	254,62	262,25
Honorários	23%	100%		50,00			309,00	618,00	636,54	655,64
Comissões	23%	100%		10,00			61,80	123,60	127,31	131,13
Conservação e reparação	23%	100%		10,00			61,80	123,60	127,31	131,13
Materiais										
Ferramentas e utensílios de desgaste rápido	23%	100%		5,00			30,90	61,80	63,65	65,56
Livros e documentação técnica	23%	100%		10,00			61,80	123,60	127,31	131,13
Material de escritório	23%	100%		10,00			61,80	123,60	127,31	131,13
Artigos para oferta	23%	100%		10,00			61,80	123,60	127,31	131,13
Energia e fluidos										
Electricidade	23%	100%		100,00			618,00	1.236,00	1.273,08	1.311,27
Combustíveis	23%	100%		40,00			247,20	494,40	509,23	524,51
Água	6%	100%		20,00			123,60	247,20	254,62	262,25
Deslocações, estadas e transportes										
Deslocações e Estadas	23%	100%		20,00			123,60	247,20	254,62	262,25
Transportes de pessoal	23%	100%		30,00			185,40	370,80	381,92	393,38
Transportes de mercadorias	23%	100%		20,00			123,60	247,20	254,62	262,25
Serviços diversos										
Rendas e alugueres	23%	100%								
Comunicação	23%	100%		100,00			618,00	1.236,00	1.273,08	1.311,27
Seguros	23%	100%		50,00			309,00	618,00	636,54	655,64
Royalties	23%	100%		50,00			309,00	618,00	636,54	655,64
Contencioso e notariado	23%	100%		10,00			61,80	123,60	127,31	131,13
Despesas de representação	23%	100%		10,00			61,80	123,60	127,31	131,13
Limpeza, higiene e conforto	23%	100%		10,00			61,80	123,60	127,31	131,13
Outros serviços	23%	100%		5,00			30,90	61,80	63,65	65,56
<b>TOTAL FSE</b>							<b>5.005,80</b>	<b>10.011,60</b>	<b>10.311,95</b>	<b>10.621,31</b>

<b>FSE - Custos Fixos</b>							<b>5.005,80</b>	<b>10.011,60</b>	<b>10.311,95</b>	<b>10.621,31</b>
---------------------------	--	--	--	--	--	--	-----------------	------------------	------------------	------------------

<b>FSE - Custos Variáveis</b>										
-------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

<b>TOTAL FSE</b>							<b>5.005,80</b>	<b>10.011,60</b>	<b>10.311,95</b>	<b>10.621,31</b>
------------------	--	--	--	--	--	--	-----------------	------------------	------------------	------------------

<b>IVA</b>							<b>796,29</b>	<b>1.592,59</b>	<b>1.640,36</b>	<b>1.689,57</b>
------------	--	--	--	--	--	--	---------------	-----------------	-----------------	-----------------

<b>FSE + IVA</b>							<b>5.802,09</b>	<b>11.604,19</b>	<b>11.952,31</b>	<b>12.310,88</b>
------------------	--	--	--	--	--	--	-----------------	------------------	------------------	------------------



## Gastos com o Pessoal

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nº Meses			7	14	14	14
Incremento Anual (Vencimentos + Sub. Almoço)			3,00%	3,00%	3,00%	3,00%

<u>Quadro de Pessoal</u>	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Administração / Direcção						
Administrativa Financeira						
Comercial / Marketing						
Produção / Operacional			2	2	2	2
Qualidade						
Manutenção						
Aprovisionamento						
Investigação & Desenvolvimento						
Outros						
<b>TOTAL</b>			<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

<u>Remuneração base mensal</u>	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Administração / Direcção						
Administrativa Financeira						
Comercial / Marketing						
Produção / Operacional			620	639	658	677
Qualidade						
Manutenção						
Aprovisionamento						
Investigação & Desenvolvimento						
Outros						

<u>Remuneração base anual - TOTAL Colaboradores</u>	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Administração / Direcção						
Administrativa Financeira						
Comercial / Marketing						
Produção / Operacional			8.680	17.881	18.417	18.970
Qualidade						
Manutenção						
Aprovisionamento						
Investigação & Desenvolvimento						
Outros						
<b>TOTAL</b>			<b>8.680</b>	<b>17.881</b>	<b>18.417</b>	<b>18.970</b>

<u>Outros Gastos</u>	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Segurança Social						
Órgãos Sociais	21,25%					
Pessoal	23,75%		2.062	4.247	4.374	4.505
Seguros Acidentes de Trabalho	1%		87	179	184	190
Subsídio Alimentação	130,46		2.956	3.045	3.136	3.230
Comissões & Prémios						
Órgãos Sociais						
Pessoal						
Formação						
Outros custos com pessoal						
<b>TOTAL OUTROS GASTOS</b>			<b>5.105</b>	<b>7.470</b>	<b>7.695</b>	<b>7.925</b>

<b>TOTAL GASTOS COM PESSOAL</b>			<b>13.785</b>	<b>25.351</b>	<b>26.112</b>	<b>26.895</b>
---------------------------------	--	--	---------------	---------------	---------------	---------------

**Gastos com o Pessoal**

<u>QUADRO RESUMO</u>	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Remunerações						
Órgãos Sociais						
Pessoal			8.680	17.881	18.417	18.970
Encargos sobre remunerações			2.062	4.247	4.374	4.505
Seguros Acidentes de Trabalho e doenças profissionais			87	179	184	190
Gastos de acção social			2.956	3.045	3.136	3.230
Outros gastos com pessoal						
<b>TOTAL GASTOS COM PESSOAL</b>			<b>13.785</b>	<b>25.351</b>	<b>26.112</b>	<b>26.895</b>

<u>Retenções Colaboradores</u>		2011	2012	2013	2014	2015	2016
Retenção SS Colaborador							
Gerência / Administração	10,00%						
Outro Pessoal	11,00%			955	1.967	2.026	2.087
Retenção IRS Colaborador	15,00%			1.302	2.682	2.763	2.845
<b>TOTAL Retenções</b>				<b>2.257</b>	<b>4.649</b>	<b>4.788</b>	<b>4.932</b>



## Investimento em Fundo Maneio Necessário

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Necessidades Fundo Maneio</b>						
Reserva Segurança Tesouraria	500	500	500	500	500	500
Clientes			90	180	200	224
Inventários			467	934	1.041	1.162
Estado			686			
*						
*						
<b>TOTAL</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>1.743</b>	<b>1.614</b>	<b>1.741</b>	<b>1.885</b>
<b>Recursos Fundo Maneio</b>						
Fornecedores			1.058	2.116	2.276	2.455
Estado				2.720	3.004	3.327
*						
<b>TOTAL</b>			<b>1.058</b>	<b>4.836</b>	<b>5.281</b>	<b>5.782</b>
<b>Fundo Maneio Necessário</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>685</b>	<b>-3.222</b>	<b>-3.540</b>	<b>-3.896</b>
<b>Investimento em Fundo de Maneio</b>	<b>500</b>		<b>185</b>	<b>-3.907</b>	<b>-317</b>	<b>-357</b>

\* A considerar caso seja necessário



## Investimento

Investimento por ano	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Propriedades de investimento</b>						
Terrenos e recursos naturais						
Edifícios e Outras construções						
Outras propriedades de investimento						
<b>Total propriedades de investimento</b>						
<b>Activos fixos tangíveis</b>						
Terrenos e Recursos Naturais						
Edifícios e Outras Construções	94.055	122.730	27.615			
Equipamento Básico		5.216	37.638			
Equipamento de Transporte						
Equipamento Administrativo			2.750			
Equipamentos biológicos						
Outros activos fixos tangíveis			1.260			
<b>Total Activos Fixos Tangíveis</b>	<b>94.055</b>	<b>127.946</b>	<b>69.263</b>			
<b>Activos Intangíveis</b>						
Goodwill						
Projectos de desenvolvimento						
Programas de computador						
Propriedade industrial						
Outros activos intangíveis						
<b>Total Activos Intangíveis</b>						
<b>Total Investimento</b>	<b>94.055</b>	<b>127.946</b>	<b>69.263</b>			

IVA	23%	1.200	9.579			
-----	-----	-------	-------	--	--	--

Valores Acumulados	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Propriedades de investimento</b>						
Terrenos e recursos naturais						
Edifícios e Outras construções						
Outras propriedades de investimento						
<b>Total propriedades de investimento</b>						
<b>Activos fixos tangíveis</b>						
Terrenos e Recursos Naturais						
Edifícios e Outras Construções	94.055	216.785	244.400	244.400	244.400	244.400
Equipamento Básico		5.216	42.853	42.853	42.853	42.853
Equipamento de Transporte						
Equipamento Administrativo			2.750	2.750	2.750	2.750
Equipamentos biológicos						
Outros activos fixos tangíveis			1.260	1.260	1.260	1.260
<b>Total Activos Fixos Tangíveis</b>	<b>94.055</b>	<b>222.000</b>	<b>291.263</b>	<b>291.263</b>	<b>291.263</b>	<b>291.263</b>
<b>Activos Intangíveis</b>						
Goodwill						
Projectos de desenvolvimento						
Programas de computador						
Propriedade industrial						
Outros activos intangíveis						
<b>Total Activos Intangíveis</b>						
<b>Total</b>	<b>94.055</b>	<b>222.000</b>	<b>291.263</b>	<b>291.263</b>	<b>291.263</b>	<b>291.263</b>

Taxas de Depreciações e amortizações	
<b>Propriedades de investimento</b>	
Edifícios e Outras construções	2,00%
Outras propriedades de investimento	10,00%
<b>Activos fixos tangíveis</b>	
Edifícios e Outras Construções	2,00%
Equipamento Básico	20,00%
Equipamento de Transporte	25,00%

Equipamento Administrativo	25,00%
Equipamentos biológicos	25,00%
Outros activos fixos tangíveis	25,00%
<b>Activos Intangíveis</b>	
Projectos de desenvolvimento	33,333%
Programas de computador	33,333%
Propriedade industrial	33,333%
Outros activos intangíveis	33,333%

\* nota: se a taxa a utilizar for 33,33%, colocar mais uma casa decimal, considerando 33,33:

<b>Depreciações e amortizações</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Total Depreciações &amp; Amortizações</b>	<b>1.881</b>	<b>5.379</b>	<b>14.461</b>	<b>14.461</b>	<b>14.461</b>	<b>14.461</b>



## Financiamento

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Investimento	94.555	127.946	69.448	-3.907	-317	-357
Margem de segurança	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Necessidades de financiamento	96.400	130.500	70.800	-4.000	-300	-400

Fontes de Financiamento	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Meios Libertos	470	1.345	5.022	8.092	10.874	14.121
Capital	5.000					
Outros instrumentos de capital	5.000	15.000	20.000			
Empréstimos de Sócios						
Financiamento bancário e outras Inst. Crédito	70.000	25.000	25.000			
Subsídios	35.726	84.274	57.713			
<b>TOTAL</b>	<b>116.196</b>	<b>125.619</b>	<b>107.735</b>	<b>8.092</b>	<b>10.874</b>	<b>14.121</b>

N.º de anos reembolso	10
Taxa de juro associada	6,35%

### 2011

Capital em dívida (início período)	70.000	70.000	63.000	56.000	49.000	42.000
Taxa de Juro	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Juro Anual		4.445	4.001	3.556	3.112	2.667
Reembolso Anual		7.000	7.000	7.000	7.000	7.000
Imposto Selo (0,4%)		18	16	14	12	11
Serviço da dívida		11.463	11.017	10.570	10.124	9.678
Valor em dívida	70.000	63.000	56.000	49.000	42.000	35.000

N.º de anos reembolso	4
Taxa de juro associada	2,20%

### 2012

Capital em dívida (início período)		25.000	18.750	12.500	6.250	
Taxa de Juro		2%	2%	2%	2%	2%
Juro Anual		550	413	275	138	
Reembolso Anual		6.250	6.250	6.250	6.250	
Imposto Selo (0,4%)		2	2	1	1	
Serviço da dívida		6.802	6.664	6.526	6.388	
Valor em dívida		18.750	12.500	6.250		

N.º de anos reembolso	4
Taxa de juro associada	2,20%

### 2013

Capital em dívida (início período)		25.000	18.750	12.500	6.250
Taxa de Juro		2%	2%	2%	2%
Juro Anual		550	413	275	138
Reembolso Anual		6.250	6.250	6.250	6.250
Imposto Selo (0,4%)		2	2	1	1
Serviço da dívida		6.802	6.664	6.526	6.388
Valor em dívida		18.750	12.500	6.250	

N.º de anos reembolso	
Taxa de juro associada	6,35%

### 2014

Capital em dívida (início período)					
Taxa de Juro		6%	6%	6%	
Juro Anual					
Reembolso Anual					
Imposto Selo (0,4%)					
Serviço da dívida					
Valor em dívida					

N.º de anos reembolso	
Taxa de juro associada	6,35%



## Financiamento

2015

Capital em dívida (início período)			
Taxa de Juro		6%	6%
Juro Anual			
Reembolso Anual			
Imposto Selo (0,4%)			
Serviço da dívida			
Valor em dívida			

N.º de anos reembolso

--

Taxa de juro associada

6,35%

2016

Capital em dívida (início período)			
Taxa de Juro			6%
Juro Anual			
Reembolso Anual			
Imposto Selo (0,4%)			
Serviço da dívida			
Valor em dívida			

<b>Capital em dívida</b>	70.000	81.750	87.250	67.750	48.250	35.000
<b>Juros pagos com Imposto Selo incluído</b>		5.015	4.983	4.260	3.538	2.816
<b>Reembolso</b>		13.250	19.500	19.500	19.500	13.250

**Ponto Crítico Operacional Previsional**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Vendas e serviços prestados			26.270,50	52.541,00	58.592,00	65.465,00
Varição nos inventários da produção						
CMVMC			5.604,62	11.209,24	12.489,54	13.941,26
FSE Variáveis						
<b>Margem Bruta de Contribuição</b>			<b>20.665,88</b>	<b>41.331,76</b>	<b>46.102,46</b>	<b>51.523,74</b>
<b>Ponto Crítico</b>			<b>42.269,32</b>	<b>63.336,29</b>	<b>64.670,06</b>	<b>66.041,56</b>



## Demonstração de Resultados Previsional

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Vendas e serviços prestados			26.271	52.541	58.592	65.465
Subsídios à Exploração						
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos						
Variação nos inventários da produção						
Trabalhos para a própria entidade						
CMVMC			5.605	11.209	12.490	13.941
Fornecimento e serviços externos			5.006	10.012	10.312	10.621
Gastos com o pessoal			13.785	25.351	26.112	26.895
Imparidade de inventários (perdas/reversões)						
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)						
Provisões (aumentos/reduções)						
Imparidade de investimentos não depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)						
Aumentos/reduções de justo valor						
Outros rendimentos e ganhos						
Outros gastos e perdas						
<b>EBITDA (Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos)</b>			<b>1.876</b>	<b>5.969</b>	<b>9.679</b>	<b>14.007</b>
Gastos/reversões de depreciação e amortização	1.881	5.379	14.461	14.461	14.461	14.461
Imparidade de activos depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)						
<b>EBIT (Resultado Operacional)</b>	<b>-1.881</b>	<b>-5.379</b>	<b>-12.586</b>	<b>-8.492</b>	<b>-4.782</b>	<b>-454</b>
Juros e rendimentos similares obtidos	149		70			
Juros e gastos similares suportados		5.057	4.983	4.519	4.699	4.170
<b>RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS</b>	<b>-1.732</b>	<b>-10.436</b>	<b>-17.498</b>	<b>-13.011</b>	<b>-9.481</b>	<b>-4.624</b>
Imposto sobre o rendimento do período						
<b>RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO</b>	<b>-1.732</b>	<b>-10.436</b>	<b>-17.498</b>	<b>-13.011</b>	<b>-9.481</b>	<b>-4.624</b>



## Mapa de Cash Flows Operacionais

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Meios Libertos do Projecto</b>						
Resultados Operacionais (EBIT) x (1-IRC)	-1.411	-4.034	-9.439	-6.369	-3.587	-340
Depreciações e amortizações	1.881	5.379	14.461	14.461	14.461	14.461
Provisões do exercício						
	470	1.345	5.022	8.092	10.874	14.121
<b>Investim./Desinvest. em Fundo Maneio</b>						
Fundo de Maneio	-500		-185	3.907	317	357
<b>CASH FLOW de Exploração</b>	<b>-30</b>	<b>1.345</b>	<b>4.837</b>	<b>11.999</b>	<b>11.192</b>	<b>14.477</b>
<b>Investim./Desinvest. em Capital Fixo</b>						
Capital Fixo	-94.055	-127.946	-69.263			
<b>Free cash-flow</b>	<b>-94.084</b>	<b>-126.601</b>	<b>-64.426</b>	<b>11.999</b>	<b>11.192</b>	<b>14.477</b>
<b>CASH FLOW acumulado</b>	<b>-94.084</b>	<b>-220.685</b>	<b>-285.111</b>	<b>-273.112</b>	<b>-261.920</b>	<b>-247.443</b>



## Plano de Financiamento

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>ORIGENS DE FUNDOS</b>						
Meios Libertos Brutos			1.876	5.969	9.679	14.007
Capital Social (entrada de fundos)	5.000					
Outros instrumentos de capital	40.726	99.274	77.713			
Empréstimos Obtidos	70.000	25.000	25.000			
Desinvest. em Capital Fixo						
Desinvest. em FMN				3.907	317	357
Proveitos Financeiros	149		70			
<b>Total das Origens</b>	<b>115.875</b>	<b>124.274</b>	<b>104.659</b>	<b>9.876</b>	<b>9.996</b>	<b>14.364</b>
<b>APLICAÇÕES DE FUNDOS</b>						
Inv. Capital Fixo	94.055	127.946	69.263			
Inv Fundo de Maneio	500		185			
Imposto sobre os Lucros						
Pagamento de Dividendos						
Reembolso de Empréstimos		13.250	19.500	19.500	19.500	13.250
Encargos Financeiros		5.057	4.983	4.519	4.699	4.170
<b>Total das Aplicações</b>	<b>94.555</b>	<b>146.252</b>	<b>93.930</b>	<b>24.019</b>	<b>24.199</b>	<b>17.420</b>
<b>Saldo de Tesouraria Anual</b>	<b>21.320</b>	<b>-21.978</b>	<b>10.729</b>	<b>-14.143</b>	<b>-14.202</b>	<b>-3.056</b>
<b>Saldo de Tesouraria Acumulado</b>	<b>21.320</b>	<b>-658</b>	<b>10.071</b>	<b>-4.072</b>	<b>-18.275</b>	<b>-21.331</b>
<b>Aplicações / Empréstimo Curto Prazo</b>	<b>21.320</b>	<b>-658</b>	<b>10.071</b>	<b>-4.072</b>	<b>-18.275</b>	<b>-21.331</b>
<b>Soma Controlo</b>		<b>0</b>				



## Balanço Previsional

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>ACTIVO</b>						
<b>Activo Não Corrente</b>	<b>92.173</b>	<b>214.740</b>	<b>269.542</b>	<b>255.081</b>	<b>240.620</b>	<b>226.159</b>
Activos fixos tangíveis	92.173	214.740	269.542	255.081	240.620	226.159
Propriedades de investimento						
Activos Intangíveis						
Investimentos financeiros						
<b>Activo corrente</b>	<b>21.820</b>	<b>500</b>	<b>11.814</b>	<b>1.614</b>	<b>1.741</b>	<b>1.885</b>
Inventários			467	934	1.041	1.162
Clientes			90	180	200	224
Estado e Outros Entes Públicos			686			
Accionistas/sócios						
Outras contas a receber						
Diferimentos						
Caixa e depósitos bancários	21.820	500	10.571	500	500	500
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>113.994</b>	<b>215.240</b>	<b>281.356</b>	<b>256.695</b>	<b>242.361</b>	<b>228.044</b>

<b>CAPITAL PRÓPRIO</b>						
Capital realizado	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Acções (quotas próprias)						
Outros instrumentos de capital próprio	5.000	20.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Reservas		-1.732	-12.167	-29.665	-42.677	-52.158
Excedentes de revalorização						
Outras variações no capital próprio	35.726	120.000	177.713	177.713	177.713	177.713
Resultado líquido do período	-1.732	-10.436	-17.498	-13.011	-9.481	-4.624
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO</b>	<b>43.994</b>	<b>132.833</b>	<b>193.048</b>	<b>180.037</b>	<b>170.556</b>	<b>165.932</b>

<b>PASSIVO</b>						
<b>Passivo não corrente</b>	<b>70.000</b>	<b>81.750</b>	<b>87.250</b>	<b>67.750</b>	<b>48.250</b>	<b>35.000</b>
Provisões						
Financiamentos obtidos	70.000	81.750	87.250	67.750	48.250	35.000
Outras Contas a pagar						
<b>Passivo corrente</b>		<b>658</b>	<b>1.058</b>	<b>8.908</b>	<b>23.555</b>	<b>27.113</b>
Fornecedores			1.058	2.116	2.276	2.455
Estado e Outros Entes Públicos				2.720	3.004	3.327
Accionistas/sócios						
Financiamentos Obtidos		658		4.072	18.275	21.331
Outras contas a pagar						
<b>TOTAL PASSIVO</b>	<b>70.000</b>	<b>82.408</b>	<b>88.308</b>	<b>76.658</b>	<b>71.805</b>	<b>62.113</b>

<b>TOTAL PASSIVO + CAPITAIS PRÓPRIOS</b>	<b>113.994</b>	<b>215.240</b>	<b>281.356</b>	<b>256.695</b>	<b>242.361</b>	<b>228.044</b>
--	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------



## Principais Indicadores

INDICADORES ECONÓMICOS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Taxa de Crescimento do Negócio				100%	12%	12%
Rentabilidade Líquida sobre o rédito			-67%	-25%	-16%	-7%

INDICADORES ECONÓMICOS - FINANCEIROS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Return On Investment (ROI)			-6%	-5%	-4%	-2%
Rendibilidade do Activo			-4%	-3%	-2%	0%
Rotação do Activo			9%	20%	24%	29%
Rendibilidade dos Capitais Próprios (ROE)			-9%	-7%	-6%	-3%

INDICADORES FINANCEIROS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Autonomia Financeira			69%	70%	70%	73%
Solvabilidade Total			319%	335%	338%	367%
Cobertura dos encargos financeiros			-253%	-188%	-102%	-11%

INDICADORES DE LIQUIDEZ	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Liquidez Corrente			11,17	0,18	0,07	0,07
Liquidez Reduzida			10,72	0,08	0,03	0,03

INDICADORES DE RISCO NEGÓCIO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Margem Bruta			15.660	31.320	35.791	40.902
Grau de Alavanca Operacional			-124%	-369%	-748%	-9014%
Grau de Alavanca Financeira			72%	65%	50%	10%

## Avaliação do Projecto / Empresa

Na perspectiva do Investidor	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Free Cash Flow do Equity	-24.084	-119.908	-63.908	-12.020	-13.007	-2.943	-45.710
Taxa de juro de activos sem risco	1,60%	1,60%	1,60%	1,60%	1,60%	1,60%	1,60%
Prémio de risco de mercado	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
Taxa de Actualização	11,76%	11,76%	11,76%	11,76%	11,76%	11,76%	11,76%
Factor actualização	1	1,118	1,249	1,396	1,560	1,744	1,949
Fluxos Actualizados	-24.084	-107.290	-51.166	-8.611	-8.337	-1.688	-23.458
	-24.084	-131.375	-182.541	-191.152	-199.490	-201.177	-224.636
Valor Actual Líquido (VAL)	-224.636						

Pay Back period	6 Anos
-----------------	--------

Na perspectiva do Projecto	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Free Cash Flow to Firm	-94.084	-126.601	-64.426	11.999	11.192	14.477	230.322
WACC	7,14%	8,89%	9,75%	9,76%	9,90%	11,60%	11,60%
Factor de actualização	1	1,089	1,195	1,312	1,441	1,609	1,795
Fluxos actualizados	-94.084	-116.266	-53.912	9.148	7.764	9.000	128.292
	-94.084	-210.350	-264.262	-255.114	-247.350	-238.350	-110.058
Valor Actual Líquido (VAL)	-110.058						

Taxa Interna de Rentabilidade	-1,27%
-------------------------------	--------

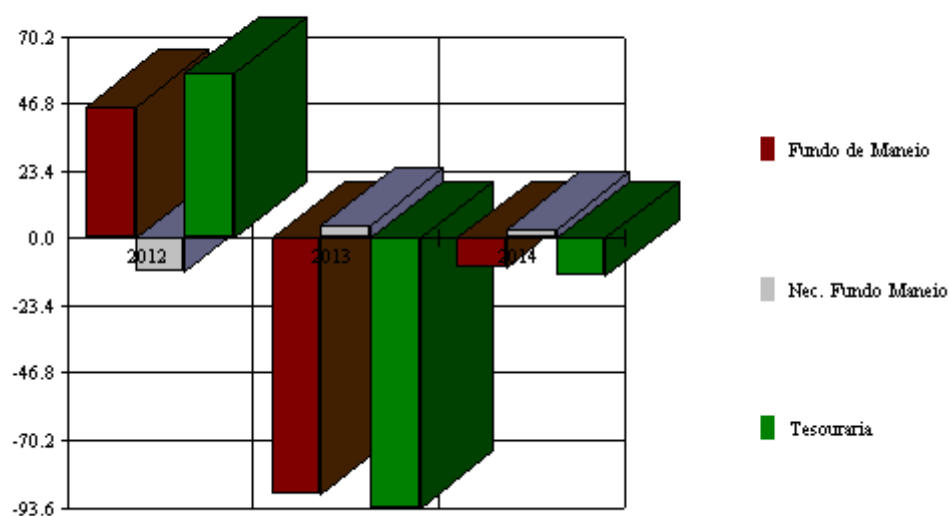
Pay Back period	6 Anos
-----------------	--------

## APÊNDICE II

## EQUILIBRIO FINANCEIRO

	Exercícios		
	2012	2013	2014
<b>Fundo de Maneio Líquido</b>			
Capitais Permanentes	268.293,49 €	180.454,10 €	236.903,60 €
Activo Fixo	222.625,28 €	269.495,00 €	247.101,59 €
Fundo de Maneio Líquido	45.668,21 €	(89.040,90)€	(10.197,99)€
<b>Necessidades em Fundo de Maneio</b>			
Necessidades Cíclicas	3.386,39 €	10.069,85 €	8.058,27 €
Recursos Cíclicos	15.000,00 €	5.475,50 €	4.975,50 €
Necessidades em Fundo de Maneio	(11.613,61)€	4.594,35 €	3.082,77 €
<b>Tesouraria Líquida (TRL)</b>			
Tesouraria Activa	63.281,82 €	6.304,75 €	6.219,23 €
Tesouraria Passiva	6.000,00 €	99.940,00 €	19.500,00 €
Tesouraria Líquida (TRL)	57.281,82 €	(93.635,25)€	(13.280,77)€
<b>Tesouraria : FML - NFM</b>	57.281,82 €	(93.635,25)€	(13.280,76)€
<b>Variações :</b>			
<b>F. Maneio Líquido</b>		(134.709,11)€	78.842,91 €
<b>N. F. Maneio</b>		16.207,96 €	(1.511,58)€
<b>Tesouraria Líquida</b>		(150.917,07)€	80.354,48 €
<b>Activo Económico :</b>			
Activo Fixo	222.625,28 €	269.495,00 €	247.101,59 €
N.F.Maneio	(11.613,61)€	4.594,35 €	3.082,77 €
Activo Económico	211.011,67 €	274.089,35 €	250.184,36 €

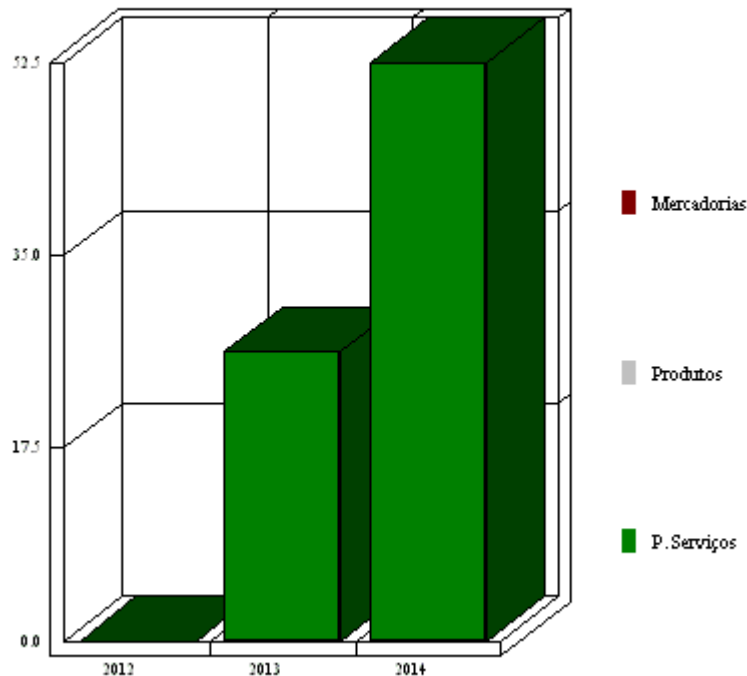
### Equilíbrio Financeiro



**CICLO DE EXPLORAÇÃO (EM DIAS DE VOLUME DE NEGÓCIOS)**

	Exercícios		
	2012	2013	2014
<b>Volume de Negócios Diários</b>	0,00 €	71,97 €	143,95 €
<b>Necessidades Financeiras (em dias de VN)</b>			
Crédito a Clientes	N/A	0	0
Outros Créditos de Exploração	N/A	140	56
Níveis de Existências	N/A	0	0
Outras Necessidades Financeiras (Ac. e Dif.)	N/A	0	0
<b>Sub-Total</b>	N/A	140	56
<b>Recursos Financeiros (em dias de VN)</b>			
Débito a Fornecedores	N/A	69	31
Outros Débitos de Exploração	N/A	7	3
Outros Recursos Financeiros (Ac. e Dif.)	N/A	0	0
<b>Sub-Total</b>	N/A	76	35
<b>Ciclo de Exploração</b>			
N. F. M. em dias de V. de Negócios	N/A	64	21

**Estrutura do Volume de Negócios**



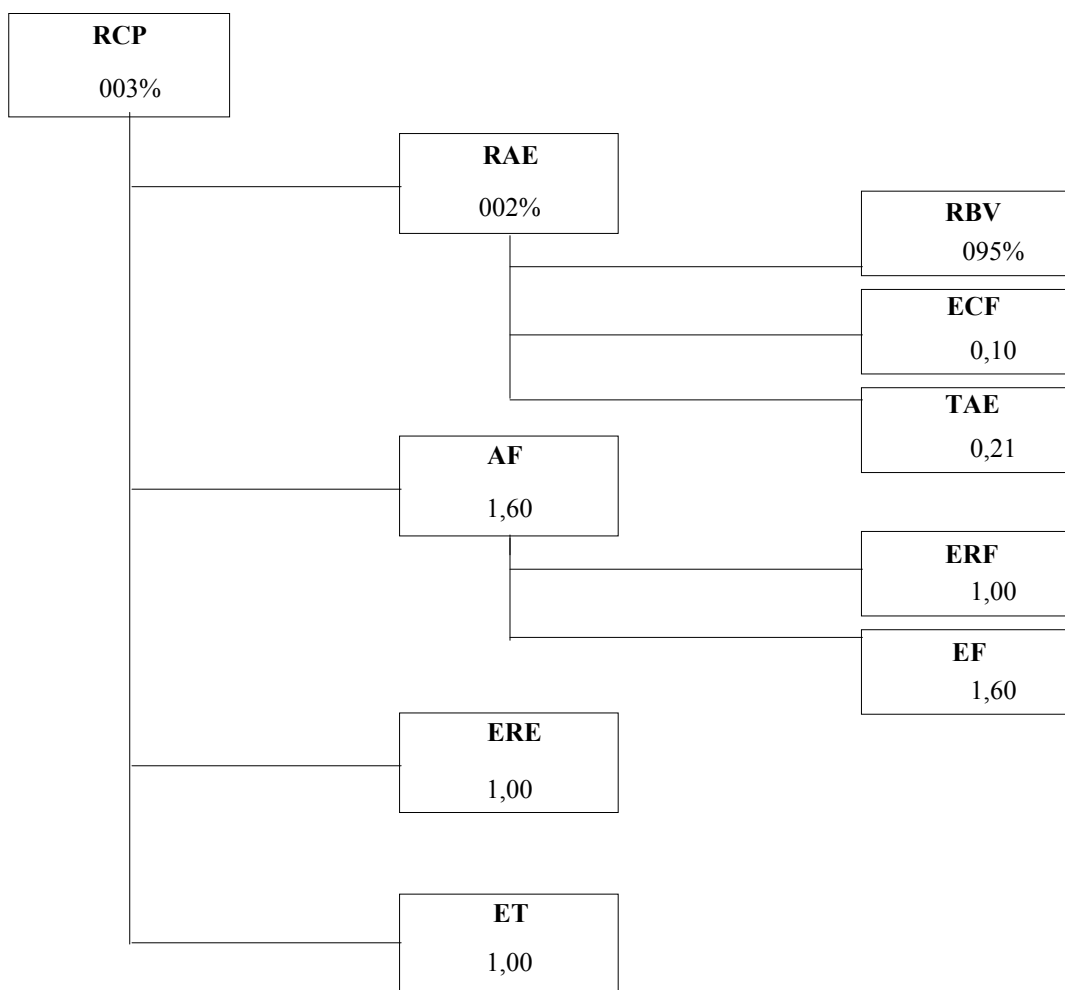
**OUTROS INDICADORES DO CICLO DE EXPLORAÇÃO**

	Exercícios		
	2012	2013	2014
<b>Créditos de Exploração</b>			
P. M. Recebimentos (Clientes)	N/A	0	0
P. M. Pagamentos (Fornec. Existências)	N/A	N/A	468
P. M. Pagamentos (Fornec. Existências + F.S.E.)	1.456	162	148
Saldo Líquido (1)	N/A	(1.039)	(468)
Saldo Líquido (2)	N/A	(162)	(148)
<b>Existências</b>			
Durações médias (em dias)			
de Mercadorias	N/A	0	0
de Matérias Primas	N/A	N/A	N/A
de Produtos em Curso	N/A	N/A	N/A
de Prod. Acabados e Semi Acabados	N/A	N/A	N/A
Custos e Margens (em %)			
MB nas Merc. Vendidas	N/A	N/A	N/A
Intensidade do Custo Mat. Primas Consumidas	N/A	N/A	N/A
MB nos Prod. Acabados e Semi Acabados	N/A	N/A	N/A
Cadências (índices)			
nas Compras de Mercadorias	N/A	1,00	1,00
nas Compras de Mat. Primas Subs.	N/A	N/A	N/A
da Produção	N/A	N/A	N/A

## ANÁLISE INTEGRADA DA RENDIBILIDADE

MODELO MULTIPLICATIVO	Exercícios		
	2012	2013	2014
<b>RCP - Rendibilidade dos Capitais Próprios</b>	N/A	N/A	003%
Rendibilidade do Activo Económico (RAE)	000%	(004)%	002%
Rendibilidade Bruta do V. Negócios (RBV)	N/A	090%	095%
Efeito dos Custos Fixos (ECF)	1,00	(0,45)	0,10
Rotação do Activo Económico (TAE)	0,00	0,10	0,21
Alavanca Financeira (AF)	0,00	0,00	1,60
Efeito dos Resultados Financeiros (ERF)	0,00	0,00	1,00
Estrutura Financeira (EF)	1,13	1,58	1,60
Efeito dos Resultados Eventuais (ERE)	0,00	0,00	1,00
Efeito Fiscal (ET)	N/A	N/A	1,00

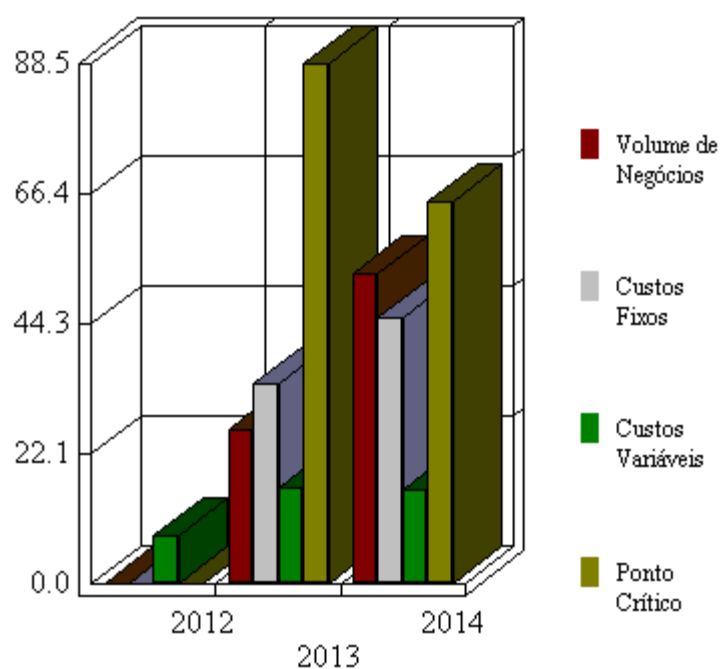
### ESQUEMA DA RENTABILIDADE ANO 2014



## RENDIBILIDADE E RISCO

	Exercícios		
	2012	2013	2014
<b>Risco Económico</b>			
Grau de Alavanca Operacional	1,00	(2,24)	10,21
Ponto Critico (V. Negócios)	0,00 €	88.509,33 €	64.776,51 €
Margem de Segurança	N/A	(070)%	(019)%
<b>Risco Financeiro</b>			
Grau de Alavanca Financeira	1,00	1,00	1,00
Solvabilidade	182%	155%	149%
Estrutura Financeira	0,55	0,64	0,67
Rendibilidade Económica do Activo	(003)%	(004)%	002%
Rendibilidade do Activo	(003)%	(004)%	002%
Custo Médio do Capital	000%	000%	000%
Efeito de Alavanca Financeiro	(0,02)	(0,02)	0,01
<b>Grau Combinado de Alavanca</b>	1,00	(2,24)	10,21

Rendibilidade e Risco



---

**OUTROS INDICADORES ECONÓMICO FINANCEIROS**

---

	<b>Exercícios</b>		
	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Excedente Bruto de Exploração	(8.032,44)€	11.887,43 €	27.296,32 €
Meios Libertos (Cash Flow) Operacional	N/A	(4.320,53)€	28.807,90 €
Cash-Flow Operacional / Result. Operacional	000%	041%	588%
Autofinanciamento Bruto	(8.032,44)€	11.887,43 €	27.296,32 €
Autofinanciamento Líquido	(8.032,44)€	11.887,43 €	27.296,32 €
Autonomia Financeira	065%	061%	060%
Endividamento	035%	039%	040%
Estrutura de Endividamento	0,20	0,94	0,23
Liquidez Geral	3,17	0,16	0,58
Valor Acrescentado Bruto	(8.032,44)€	23.541,90 €	50.080,09 €
VAB / nº de trabalhadores (produtividade)	N/A	N/A	N/A
VAB / Massa Salarial	N/A	2,02	2,20
<b>EVA - Economic Value Added</b>	(8.032,44)€	(10.505,98)€	4.902,91 €
Produtividade do equipamento	(0,04)	0,09	0,20
RPA (resultado por acção)	N/A	N/A	N/A
VCA (valor contabilístico de acção)	N/A	N/A	N/A
PER (Price & Earnings Ratio)	N/A	N/A	N/A
Coefficiente Capital emprego	N/A	N/A	N/A

---

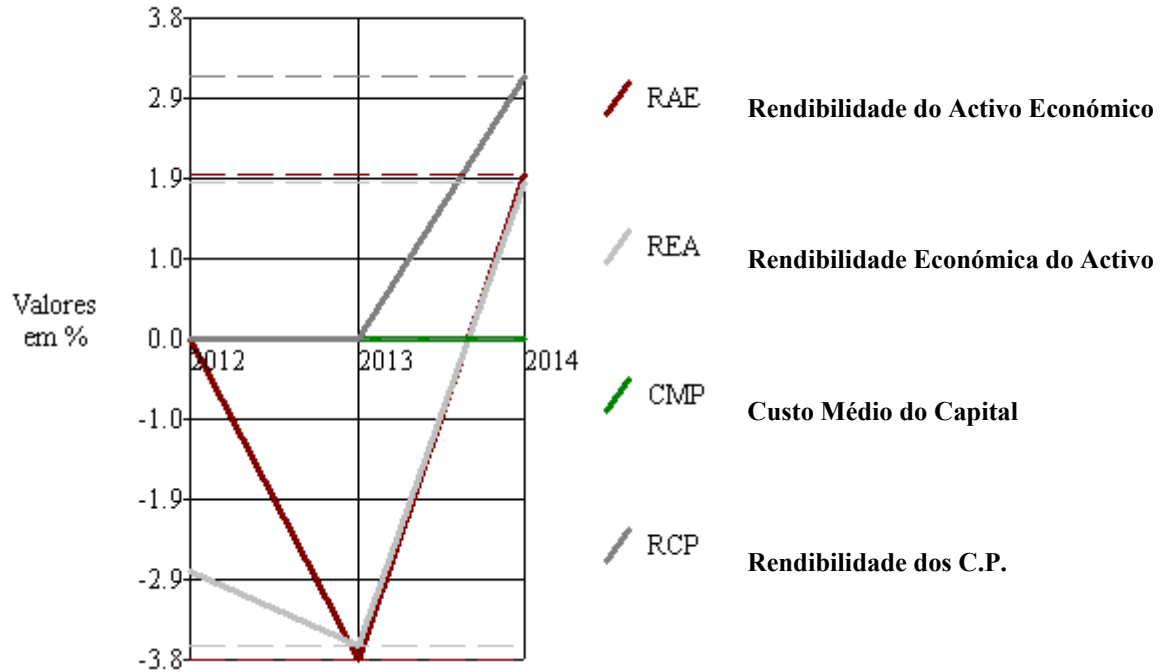
SÍNTESE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO CICLO DE EXPLORAÇÃO

Exercício 2014

	Óptica Económica		Óptica Financeira		Óptica Monetária
+	Proveitos Operacionais				
	Volume de Negócios	52.541,42 €	Variação da Produção	0,00 €	Recebimentos do Ciclo de Exploração
	Variação da Produção	0,00 €	Variação do Crédito a Clientes	0,00 €	67.989,05 €
	Outros Proveitos Operacionais	13.436,05 €	Variação outras Nec. Fundo Manei	(2.011,58)€	+
	<b>Soma</b>	<b>65.977,47 €</b>	<b>Soma</b>	<b>(2.011,58)€</b>	=
-	Custos Operacionais Desembolsáveis				
	Cmvmc	3.001,54 €	Variação de Existências Compradas	0,00 €	
	Outros Custos Variáveis	12.895,84 €	Variação do Crédito a Fornecedores	(500,00)€	Pagamentos do Ciclo de Exploração
	Custos Fixos Desembolsáveis	22.783,77 €	Variação Outros Recursos F.M.	0,00 €	39.181,15 €
	<b>Soma</b>	<b>38.681,15 €</b>	<b>Soma</b>	<b>(500,00)€</b>	-
=	<b>Excedente Bruto de Exploração</b>	<b>27.296,32 €</b>	<b>Varição das Necessidades em Fundo de Manei</b>	<b>(1.511,58)€</b>	<b>Cash-Flow do Ciclo de Exploração</b>
+					<b>28.807,90 €</b>
					(Meios Libertos)
					=

OUTROS GRÁFICOS

Rendibilidade e Custo do Capital



Estrutura do Balanço Funcional

2012

2013

2014

Aplicações	Origens
Activo Fixo	Capitais Permanentes
Necessidades cíclicas	Recursos cíclicos
Tesouraria Activa	Tesouraria Passiva

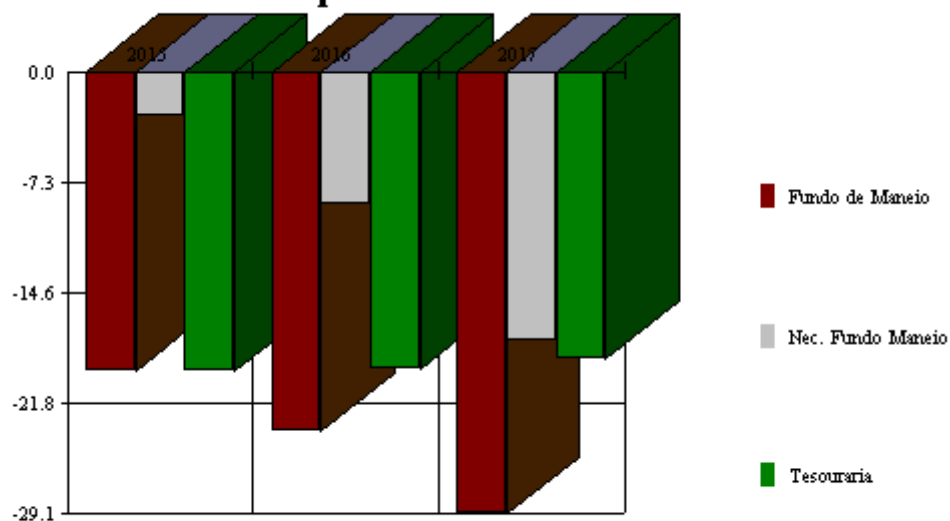
Aplicações	Origens
Activo Fixo	Capitais Permanentes
Necessidades cíclicas	Recursos cíclicos
Tesouraria Activa	Tesouraria Passiva

Aplicações	Origens
Activo Fixo	Capitais Permanentes
Necessidades cíclicas	Recursos cíclicos
Tesouraria Activa	Tesouraria Passiva

## EQUILIBRIO FINANCEIRO

	Exercícios		
	2015	2016	2017
<b>Fundo de Maneio Líquido</b>			
Capitais Permanentes	205.061,56 €	179.316,27 €	153.001,39 €
Activo Fixo	224.708,18 €	202.898,10 €	182.120,12 €
Fundo de Maneio Líquido	(19.646,62)€	(23.581,83)€	(29.118,73)€
<b>Necessidades em Fundo de Maneio</b>			
Necessidades Cíclicas	2.686,49 €	0,00 €	0,00 €
Recursos Cíclicos	5.585,01 €	8.702,19 €	17.675,98 €
Necessidades em Fundo de Maneio	(2.898,52)€	(8.702,19)€	(17.675,98)€
<b>Tesouraria Líquida (TRL)</b>			
Tesouraria Activa	251,90 €	943,41 €	2.163,15 €
Tesouraria Passiva	20.000,00 €	20.500,00 €	21.000,00 €
Tesouraria Líquida (TRL)	(19.748,10)€	(19.556,59)€	(18.836,85)€
<b>Tesouraria : FML - NFM</b>	(16.748,10)€	(14.879,64)€	(11.442,75)€
<b>Variações :</b>			
<b>F. Maneio Líquido</b>		(3.935,21)€	(5.536,90)€
<b>N. F. Maneio</b>		(5.803,67)€	(8.973,79)€
<b>Tesouraria Líquida</b>		191,51 €	719,74 €
<b>Activo Económico :</b>			
Activo Fixo	224.708,18 €	202.898,10 €	182.120,12 €
N.F.Maneio	(2.898,52)€	(8.702,19)€	(17.675,98)€
Activo Económico	221.809,66 €	194.195,91 €	164.444,14 €

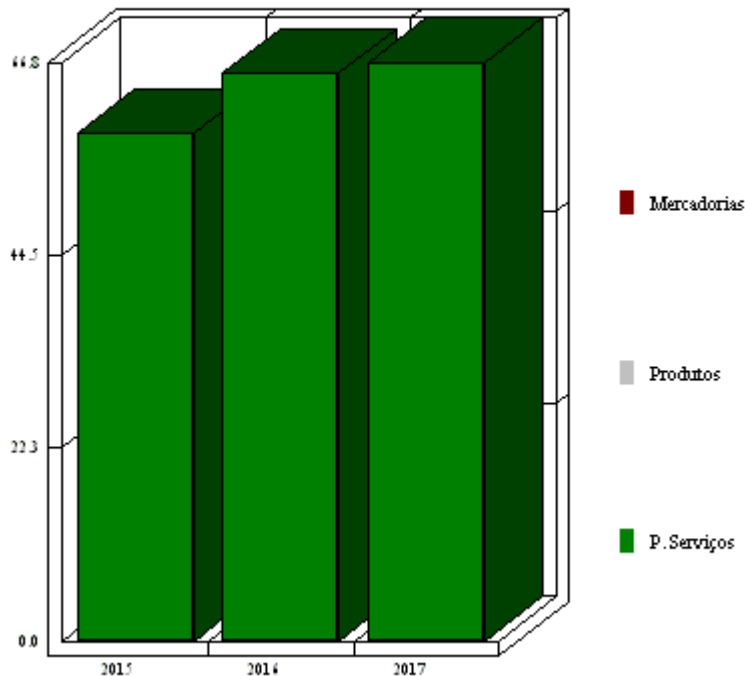
### Equilíbrio Financeiro



**CICLO DE EXPLORAÇÃO (EM DIAS DE VOLUME DE NEGÓCIOS)**

	Exercícios		
	2015	2016	2017
<b>Volume de Negócios Diários</b>	160,53 €	179,36 €	182,94 €
<b>Necessidades Financeiras (em dias de VN)</b>			
Crédito a Clientes	0	0	0
Outros Créditos de Exploração	17	0	0
Níveis de Existências	0	0	0
Outras Necessidades Financeiras (Ac. e Dif.)	0	0	0
<b>Sub-Total</b>	17	0	0
<b>Recursos Financeiros (em dias de VN)</b>			
Débito a Fornecedores	32	29	27
Outros Débitos de Exploração	3	20	70
Outros Recursos Financeiros (Ac. e Dif.)	0	0	0
<b>Sub-Total</b>	35	49	97
<b>Ciclo de Exploração</b>			
N. F. M. em dias de V. de Negócios	(18)	(49)	(97)

**Estrutura do Volume de Negócios**



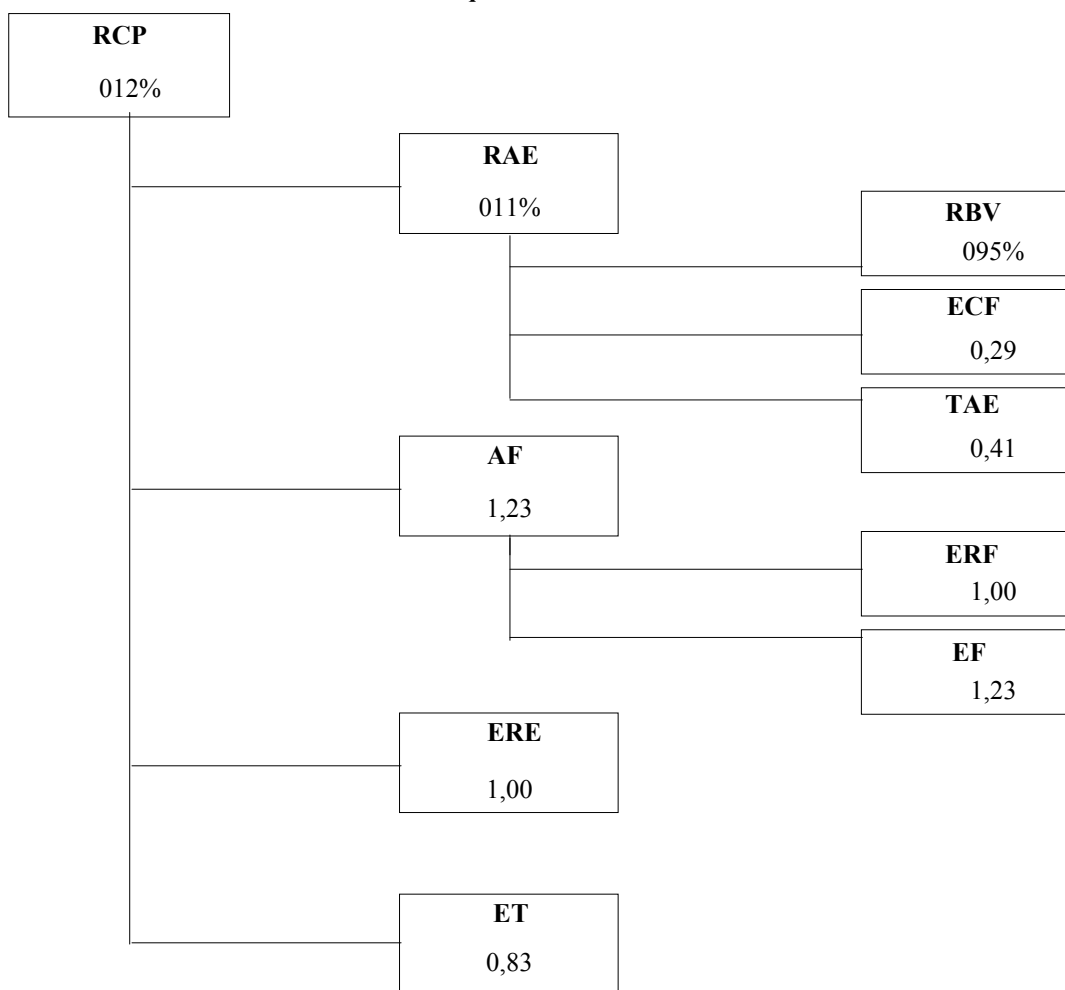
**OUTROS INDICADORES DO CICLO DE EXPLORAÇÃO**

	Exercícios		
	2015	2016	2017
<b>Créditos de Exploração</b>			
P. M. Recebimentos (Clientes)	0	0	0
P. M. Pagamentos (Fornec. Existências)	520	519	480
P. M. Pagamentos (Fornec. Existências + F.S.E.)	156	164	152
Saldo Líquido (1)	(520)	(519)	(480)
Saldo Líquido (2)	(156)	(164)	(152)
<b>Existências</b>			
Durações médias (em dias)			
de Mercadorias	0	0	0
de Matérias Primas	N/A	N/A	N/A
de Produtos em Curso	N/A	N/A	N/A
de Prod. Acabados e Semi Acabados	N/A	N/A	N/A
Custos e Margens (em %)			
MB nas Merc. Vendidas	N/A	N/A	N/A
Intensidade do Custo Mat. Primas Consumidas	N/A	N/A	N/A
MB nos Prod. Acabados e Semi Acabados	N/A	N/A	N/A
Cadências (índices)			
nas Compras de Mercadorias	1,00	1,00	1,00
nas Compras de Mat. Primas Subs.	N/A	N/A	N/A
da Produção	N/A	N/A	N/A

## ANÁLISE INTEGRADA DA RENDIBILIDADE

MODELO MULTIPLICATIVO	Exercícios		
	2015	2016	2017
<b>RCP - Rendibilidade dos Capitais Próprios</b>	007%	012%	012%
Rendibilidade do Activo Económico (RAE)	005%	009%	011%
Rendibilidade Bruta do V. Negócios (RBV)	096%	096%	095%
Efeito dos Custos Fixos (ECF)	0,19	0,27	0,29
Rotação do Activo Económico (TAE)	0,26	0,34	0,41
Alavanca Financeira (AF)	1,53	1,39	1,23
Efeito dos Resultados Financeiros (ERF)	1,00	1,00	1,00
Estrutura Financeira (EF)	1,53	1,39	1,23
Efeito dos Resultados Eventuais (ERE)	1,00	1,00	1,00
Efeito Fiscal (ET)	1,00	0,96	0,83

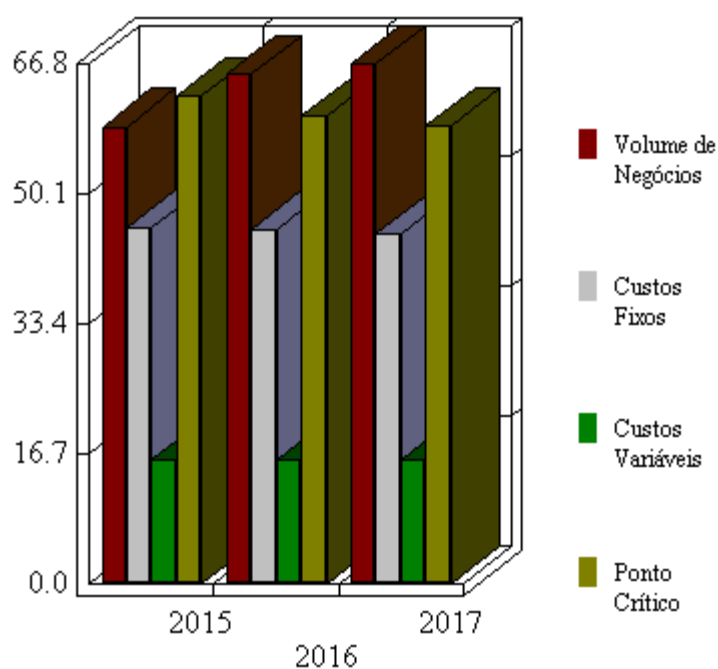
### Esquema da Rendibilidade - Ano 2017



## RENDIBILIDADE E RISCO

	Exercícios		
	2015	2016	2017
<b>Risco Económico</b>			
Grau de Alavanca Operacional	5,32	3,64	3,43
Ponto Critico (V. Negócios)	62.546,09 €	59.987,56 €	58.833,19 €
Margem de Segurança	(006)%	009%	013%
<b>Risco Financeiro</b>			
Grau de Alavanca Financeira	1,00	1,00	1,00
Solvabilidade	168%	202%	233%
Estrutura Financeira	0,59	0,50	0,43
Rendibilidade Económica do Activo	005%	008%	010%
Rendibilidade do Activo	005%	008%	008%
Custo Médio do Capital	000%	000%	000%
Efeito de Alavanca Financeiro	0,03	0,04	0,04
<b>Grau Combinado de Alavanca</b>	<b>5,32</b>	<b>3,64</b>	<b>3,43</b>

Rendibilidade e Risco



---

**OUTROS INDICADORES ECONÓMICO FINANCEIROS**

---

	<b>Exercícios</b>		
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Excedente Bruto de Exploração	32.944,79 €	39.051,82 €	39.312,12 €
Meios Libertos (Cash Flow) Operacional	N/A	44.855,49 €	48.285,91 €
Cash-Flow Operacional / Result. Operacional	000%	260%	261%
Autofinanciamento Bruto	32.944,79 €	38.374,87 €	36.241,08 €
Autofinanciamento Líquido	32.944,79 €	38.374,87 €	36.241,08 €
Autonomia Financeira	064%	068%	073%
Endividamento	038%	034%	031%
Estrutura de Endividamento	0,30	0,42	0,67
Liquidez Geral	0,11	0,03	0,06
Valor Acrescentado Bruto	56.184,23 €	62.756,05 €	63.490,44 €
VAB / nº de trabalhadores (produtividade)	N/A	N/A	N/A
VAB / Massa Salarial	2,42	2,65	2,63
<b>EVA - Economic Value Added</b>	10.551,38 €	17.241,74 €	18.534,14 €
Produtividade do equipamento	0,25	0,31	0,35
RPA (resultado por acção)	N/A	N/A	N/A
VCA (valor contabilístico de acção)	N/A	N/A	N/A
PER (Price & Earnings Ratio)	N/A	N/A	N/A
Coefficiente Capital emprego	N/A	N/A	N/A

---

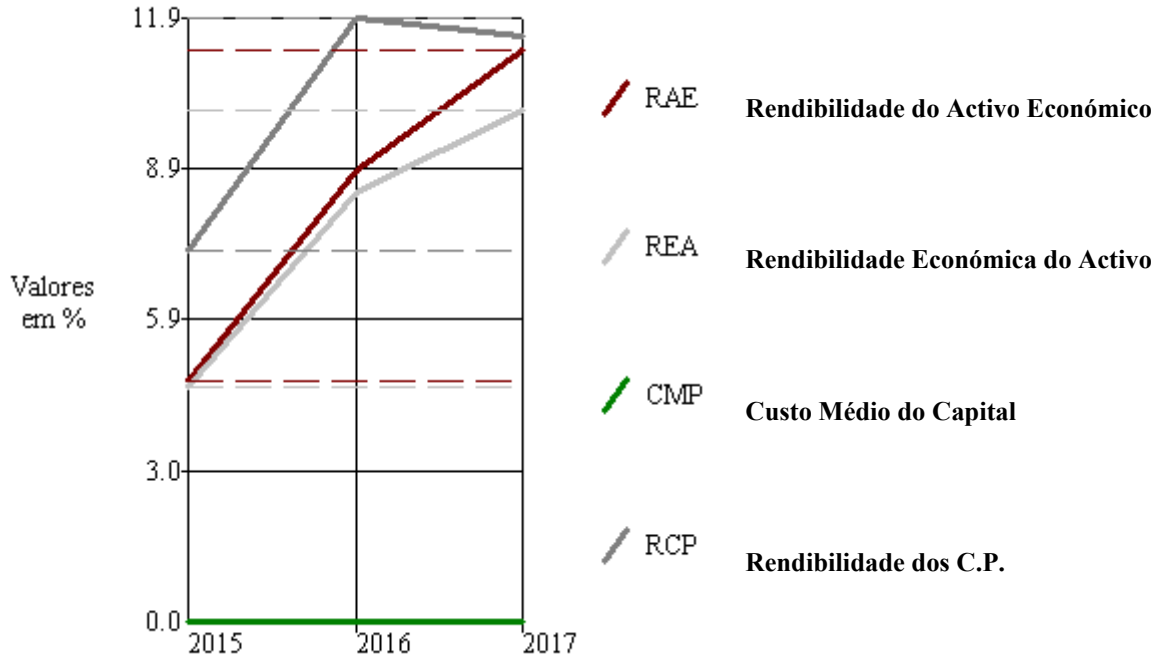
SÍNTESE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO CICLO DE EXPLORAÇÃO

Exercício 2017

	Óptica Económica		Óptica Financeira		Óptica Monetária
+	Proveitos Operacionais				
	Volume de Negócios	66.773,38 €	Variação da Produção	0,00 €	79.240,17 €
	Variação da Produção	0,00 €	Variação do Crédito a Clientes	0,00 €	+
	Outros Proveitos Operacionais	12.466,79 €	Variação outras Nec. Fundo Maneio	0,00 €	
	<b>Soma</b>	<b>79.240,17 €</b>	<b>Soma</b>	<b>0,00 €</b>	
-	Custos Operacionais Desembolsáveis				
	Cmvmc	3.185,26 €	Variação de Existências Compradas	0,00 €	
	Outros Custos Variáveis	12.564,47 €	Variação do Crédito a Fornecedores	(300,00)€	-
	Custos Fixos Desembolsáveis	24.178,32 €	Variação Outros Recursos F.M.	9.273,79 €	
	<b>Soma</b>	<b>39.928,05 €</b>	<b>Soma</b>	<b>8.973,79 €</b>	
=	<b>Excedente Bruto de Exploração</b>	<b>39.312,12 €</b>	<b>Variação das Necessidades em Fundo de Maneio</b>	<b>(8.973,79)€</b>	<b>48.285,91 €</b>
+					<b>(Meios Libertos)</b>

OUTROS GRÁFICOS

Rendibilidade e Custo do Capital



Estrutura do Balanço Funcional

2015

2016

2017

Aplicações	Origens
Activo Fixo	Capitais Permanentes
	Recursos cíclicos
	Tesouraria Passiva
	Necessidade de liquidez

Aplicações	Origens
Activo Fixo	Capitais Permanentes
	Recursos cíclicos
	Tesouraria Passiva
	Necessidade de liquidez

Aplicações	Origens
Activo Fixo	Capitais Permanentes
	Recursos cíclicos
	Tesouraria Passiva
	Necessidade de liquidez

## APÊNDICE III



**PRODER - Subprograma 3  
Medidas 3.1 e 3.2**



**LEADER OESTE**  
Associação para o Desenvolvimento  
e Promoção Rural do Oeste

**Formulário do Pedido de Apoio**

**FR**

**Folha Resumo**

(A preencher pelo GAL)

**1. RECEPÇÃO DO PEDIDO DE APOIO**

Recebida por \_\_\_\_\_ Data Recepção \_\_\_\_\_

Recebida por \_\_\_\_\_ Data Substituição \_\_\_\_\_

Processo Nº \_\_\_\_\_ Medida 3.1 - Diversificação da economia e criação de emprego

Nº PRODER \_\_\_\_\_ Acção 3.1.3 - Desenvolvimento de actividades turísticas e de lazer

Aviso de Abertura 2.º Aviso - 1 / 2010 Ano de referência 2010 Aprovado em \_\_\_\_\_

Designação do Pedido de Apoio

Unidade de Turismo em Espaço Rural, na modalidade de Casas de Campo

Designação do Beneficiário

Turismo em Espaço Rural Casa da Fonte Velha, Unipessoal, Lda.

**2. ANÁLISE DO PEDIDO DE APOIO**

Reunião OG / CP Nº \_\_\_\_\_ realizada em \_\_\_\_\_

**Decisão** \_\_\_\_\_

**Valia Global da Operação (VGO)** \_\_\_\_\_

Investimento Total Aprovado \_\_\_\_\_ €

Cofinanciamento PRODER Aprovado 0,00 € **Taxa** \_\_\_\_\_ %

Comparticipação Privada 0,00 € **Taxa** \_\_\_\_\_ %

Orgão de Gestão do GAL / Conselho de Parceiros do GAL

\_\_\_\_\_  
(Assinatura e Carimbo)



Formulário do Pedido de Apoio

**A**

**Caracterização do Beneficiário**

**1. IDENTIFICAÇÃO DO BENEFICIÁRIO**

1.1 Nome / Designação Social Turismo em Espaço Rural Casa da Fonte Velha, Unipessoal, Lda.

NIF / NIPC 509 671 861 NIFAP 7599546

Data de Nascimento \_\_\_\_\_ Sexo: Masculino  Feminino  Não se aplica

1.2 Endereço/Sede Social Rua da Fonte Velha

C. Postal 2450 - 045 FAMALICÃO

Lugar Famalicao

Freguesia Famalicao Concelho Nazaré

Distrito 10 - Leiria

NUT III 122 - Oeste

**1.3 Contactos**

Telefone \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ Telemóvel 966 744 521

Email casafontevelha@gmail.com Página Web \_\_\_\_\_

**1.4 Tipo de beneficiário**

20 - Empresas

1.5 Matrícula nº 509671861 Conservatória do Registo 509671861

Nº INSS 25096718611 Data de Publicação \_\_\_\_\_

1.6 Data de constituição 04 / 02 / 2011 Início de actividade 04 / 02 / 2011

**1.7 Actividades Económicas**

CAE	Código	Designação	Percent(%) <sup>(*)</sup>
55202	55	55 - Alojamento.	75,00%
55306	56	56 - Restauração e similares.	10,00%
93293	93	93 - Actividades desportivas, de diversão e recreativas.	15,00%

(\*) (A percentagem é relativa ao volume de negócio)

**1.8 Enquadramento do Regime de IVA**

Sujeito Passivo de IVA

- Regime Normal  
 Afectação Real  
 Regime PRO-RATA \_\_\_\_\_ %

Sujeito Isento de IVA

- Artº 2º  
 Artº 9º  
 Artº 53º

Não se Aplica

**A**

## Caracterização do Beneficiário

### 1. IDENTIFICAÇÃO DO BENEFICIÁRIO (Continuação)

#### 1.9 Conta específica para a operação

NIB 

0	0	4	5	5	0	2	6	4	0	2	4	1	8	8	4	2	6	0	5	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Instituição Financeira Crédito Agrícola

Agência de Balcão da Nazaré

#### 1.10 Pessoa a contactar

Nome Carlos Alberto Perlucho da Silva

Função Gerente, Director Técnico

Localidade Alfeizerão C. Postal 2460 - 127 ALFEIZERÃO

Concelho Alcobaça Distrito 10 - Leiria

Telef. 262 999 940 Fax \_\_\_\_\_ Telemóvel 966 744 521

Email carlos.perlucho@gmail.com

#### 1.11 Representa uma Parceria? (Assinalar apenas nas Operações candidatas à Acção 3.2.2)

- Sim (Anexar o Acordo de Parceria)  
 Não

### 2. QUALIFICAÇÃO/FORMAÇÃO do Responsável Técnico pela Implementação do Pedido de Apoio

2.1 Escolaridade Licenciatura

2.2 Experiência Técnica na área de investimento em causa Mais de 3 anos

Descreva os aspectos mais relevantes associados à sua experiência e formação (Profissional, Académica ou específica)

O promotor pela implementação do PA está no 2º ano do Mestrado em Turismo na Universidade Lusófona, aguardando a defesa pública da sua dissertação, sendo Pós-graduado em Estratégias de Desenvolvimento Turístico, possui o curso de Engenharia Electrotécnica ramo Energia e Automação da ESTG-IPL, tem frequentado várias acções de formação congressos e seminários ligados aos temas do desenvolvimento sustentável, turismo, gastronomia e vinhos, enoturismo, marketing internacional. Desenvolve há mais de 20 anos uma actividade de engenharia através do seu gabinete de projectos e fiscalização de obras públicas e privadas, em Electricidade, Telecomunicações, Gás Natural, Sistemas de Gestão e Automação.

#### 2.3 Identifique eventuais necessidades de formação na área do pedido de apoio em causa

Não se verifica a existência de postos de trabalho inscritos, em virtude da empresa se encontrar numa fase de constituição este projecto prevê a criação de dois postos de trabalho a tempo inteiro e dois a tempo parcial.

Formulário do Pedido de Apoio

**A**

**Caracterização do Beneficiário**

**3. POSTOS DE TRABALHO ACTUAIS**

Caracterização dos Recursos Humanos actuais

N/A

**4 - CARACTERIZAÇÃO DA ACTIVIDADE DESENVOLVIDA**

**4.1 - Breve resumo do histórico da entidade promotora e da actividade desenvolvida**

O desenvolvimento do turismo nos espaços rurais está também muito associado a um conjunto de alterações operadas no mercado turístico, uma vez que se tem vindo a afirmar a opção por destinos mais individualizados, em detrimento dos destinos massificados ou fordistas (do tipo "sol e praia"). O turismo pode subdividir-se em duas componentes: o turismo de massas ou convencional, que continuará a dominar esta indústria e o turismo alternativo. Este último apresenta as seguintes características: baixa densidade, pequena escala, atracção de um segmento específico da sociedade, normalmente turistas com rendimentos acima da média e com um nível de instrução superior.

Entre os vários objectivos associados ao desenvolvimento do turismo, a contribuição para a melhoria da qualidade de vida das populações locais é reconhecido como sendo um dos mais importantes.

No caso torna-se ainda mais premente a concretização deste objectivo, uma vez que à semelhança de outras zonas rurais o Litoral Oeste tem sido fortemente afectado por transformações que o descaracterizaram, transformações essas que tiveram como consequência o declínio da actividade agrícola e consequente aumento do desemprego, como é o caso da Freguesia de Famalicão da Nazaré identificada pela Agenda 21 da Nazaré como uma das zonas de maior pobreza do concelho. Este por sua vez provocou o êxodo da população, principalmente a mais jovem e qualificada para as grandes cidades.

Nesse sentido o Turismo Rural surge como forte alternativa para a criação de riqueza, fixação das populações, enfim, para o desenvolvimento generalizado de localidades e regiões que de outro modo dificilmente conseguiriam a breve prazo recuperar dessas transformações. Aliás, os Planos Estratégicos na área do Turismo visam isso mesmo, ou seja, a recuperação e manutenção de um certo tipo de vida,

usos e costumes que vão da arquitectura à gastronomia, das actividades artesanais às festividades locais, neste sentido nasceu o projecto Casa da Fonte Venha impulsionado pelo presente promotor, no sentido de vir a ser um, dos meios de desenvolvimento local, tornando Famalicão da Nazaré num destino de Turismo com oferta de Espaço Rural, indo ao encontro das tendências da actual procura turística internacional, que pretende lugares rurais em detrimento aos grandes centros urbanos, reuniões de empresa e convenções profissionais, motivados pelas experiencias e pela elevada qualidade proporcionando um bem-estar e relexe deslumbrante através de um serviço altamente especializado no domínio do SPA. O projecto concilia, de uma forma equilibrada, elementos da arquitectura tradicional da aldeia com as modernas técnicas de construção integrada na paisagem local, permitindo assim uma íntima ligação à natureza, assente num pilar de desenvolvimento sustentável.

A

**Caracterização do Beneficiário**

**4 - CARACTERIZAÇÃO DA ACTIVIDADE DESENVOLVIDA (continuação)**

**4.2 Informação económico-financeira**

**4.2.1 - Demonstração de Resultados Sintética**

Contas do POC	Descrição	(Ano N-2)	(Ano N-1)	(Ano N)
		2009	2010	2011
<b>Custos e Perdas</b>				
61	Custos das mercadorias vendidas e das matérias consumidas			0,00
62	Fornecimentos e Serviços Externos			6.150,00
		0,00	0,00	6.150,00
Custos com o pessoal				
641+642	Renunerações			
643+648	Encargos Socias			
		0,00	0,00	0,00
66	Amortizações do Imobilizado corpóreo e incorpóreo			
67	Provisões			
63	Impostos			252,00
65	Outros custos operacionais			120,00
	(A)	0,00	0,00	6.522,00
683+684	Amortizações e provisões de aplicações e Investimentos financeiros			
681+685+686+687+688	Juros e custos similares			2.220,00
	(C)	0,00	0,00	8.742,00
69	Custos e perdas extraordinárias			0,00
	(E)	0,00	0,00	8.742,00
86	Imposto sobre o Rendimento do Exercício			
	(G)	0,00	0,00	8.742,00
88	<b>Resultado Líquido do Exercício</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-8.742,00</b>
<b>Total de Custos e Perdas</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Proveitos e Ganhos</b>				
71+72	Vendas e prestações de serviços			
	Variação da produção			
75	Trabalhos para a própria empresa			
74	Subsídios à exploração			
73+76	Outros proveitos e ganhos operacionais			
	(B)	0,00	0,00	0,00
784	Rendimentos de participações de capital			
7812+7815+7816+783	Rendimentos de títulos de negócio e de outras aplicações financeiras			
	Outros juros e proveitos similares			
	(D)	0,00	0,00	0,00
79	Proveitos e ganhos extraordinários			
	(F)	0,00	0,00	0,00
<b>Total dos Proveitos e Ganhos</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

<b>Resultados Operacionais: (B) - (A) =</b>	0,00	0,00	-6.522,00
<b>Resultados Financeiros: (D - B) - (C-A) =</b>	0,00	0,00	-2.220,00
<b>Resultados Correntes: (D) - (C) =</b>	0,00	0,00	-8.742,00
<b>Resultados antes de Impostos: (F) - (E) =</b>	0,00	0,00	-8.742,00
<b>Resultado Líquido do Exercício: (F) - (G) =</b>	0,00	0,00	-8.742,00

A

**Caracterização do Beneficiário**

**4 - CARACTERIZAÇÃO DA ACTIVIDADE DESENVOLVIDA (Continuação)**

**4.2.2 - Balanço Sintético**

		(Ano N-2)*	(Ano N-1)*	(Ano N)*
Contas do POC	Descrição	2009	2010	2011
<b>ACTIVO</b>				
Imobilizado				
43+441/6+449	Imobilizações incorpóreas			94.054,55
42+441/6+448	Imobilizações corpóreas			
41+441/6+447	Investimentos financeiros			
		0,00	0,00	94.054,55
Circulante				
641+642	Existências			
643+648	Dívidas de terceiros			
	Médio e longo prazo			
	Curto prazo			146.034,95
15+18	Títulos negociáveis			
11 a 14	Depósitos bancários e caixa			7.276,43
		0,00	0,00	153.311,38
27	Acréscimos e diferimentos			
	<b>Total do Activo</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>247.365,93</b>
<b>CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO</b>				
<b>Capital Próprio</b>				
51	Capital			5.000,00
54	Prémios de emissão de acções (quotas)			
56	Reservas de reavaliação			
571	Reservas legais			
52+53+55+572/9	Restantes reservas e outros capitais próprios			183.627,93
59	Resultados transitados			
	Subtotal	0,00	0,00	188.627,93
88	Resultados Líquidos do exercício			-8.742,00
89	Dividendos antecipados			
	<b>Total do Capital Próprio</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>179.885,93</b>
<b>Passivo</b>				
29	Provisões para riscos e encargos			
21+22+23+24+25+26	Dívidas a terceiros			
	Médio e longo prazo			67.480,00
	Curto prazo			0,00
		0,00	0,00	67.480,00
27	Acréscimos e diferimentos			
	<b>Total do Passivo</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>67.480,00</b>
	<b>Total do Capital Próprio + Passivo</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>247.365,93</b>

(\*) Valores Líquidos

**A**

**Caracterização do Beneficiário**

**4 - CARACTERIZAÇÃO DA ACTIVIDADE DESENVOLVIDA (Continuação)**

**4.3 Informação económico-financeira para Entidades sem fins lucrativos**

**4.3.1 Receitas / Despesas**

RECEITAS	Ano N-2	Ano N-1	Ano N	DESPESAS	Ano N-2	Ano N-1	Ano N
	Quotizações					Pessoal	
Subsídios				Funcionamento geral			
Donativos				Específicos de			
Outras origens				Actividades			
<b>TOTAL</b>	0,00	0,00	0,00	Outras custos			
				<b>TOTAL</b>	0,00	0,00	0,00

(Valores em Euros)

**4.3.2 Outras informações**

	Ano N-2	Ano N-1	Ano N
Associados			
Beneficiários			
Utentes			
Outros			

**5. VALÊNCIAS PRESTADAS PELAS ENTIDADES NA ÁREA SOCIAL**

Tipologia		Nº de Utentes abrangidos
Serviços de apoio à infância	<input type="checkbox"/>	
Centro de Actividades ocupacionais	<input type="checkbox"/>	
Centro de dia	<input type="checkbox"/>	
Centro de dia se acoplado exclusivamente a lar de idosos	<input type="checkbox"/>	
Lar de idosos	<input type="checkbox"/>	
Lar residencial e residência autónoma	<input type="checkbox"/>	
Serviços Itinerantes de Apoio Social	<input type="checkbox"/>	
Serviços de Apoio a Novos Residentes	<input type="checkbox"/>	
Serviço de apoio domiciliário	<input type="checkbox"/>	
Outras relevantes	<input type="checkbox"/>	

No caso de outras relevantes, identifique:

N/A

B

Caracterização do Pedido de Apoio

(A preencher pelo GAL)

Processo Nº \_\_\_\_\_

Data de Entrada \_\_\_\_\_

**1. CARACTERIZAÇÃO DO PEDIDO DE APOIO**

**1.1 Designação do Pedido de Apoio**

Unidade de Turismo em Espaço Rural, na modalidade de Casas de Campo

**1.2 Localização**

Rua Rua da Fonte Velha

Lugar Famalicão Freguesia Famalicão Concelho Nazaré

C. Postal 2450 - 027 Localidade FAMALICÃO Distrito 10 - Leiria

NUT III 122 - Oeste

**1.3 Responsável Técnico pela Implementação do Pedido de Apoio**

Nome Carlos Alberto Perlucho da Silva

Rua Rua do Relego N.º 34

Lugar Alfeizerão Freguesia Alfeizerão Concelho Alcobaça

C. Postal 2460 - 127 Localidade ALFEIZERÃO Distrito 10 - Leiria

Função Gerente, Director Técnico

Telef. 262 999 940 Fax \_\_\_\_\_ Telem. 966 744 521

Email carlos.perlucho@gmail.com

**1.4 Enquadramento na Estratégia Local de Desenvolvimento (ELD)**

Medida 3.1 - Diversificação da economia e criação de emprego

Ação 3.1.3 - Desenvolvimento de actividades turísticas e de lazer

Domínio Int. 314 - Alojamento turístico - Casas de campo, com serviços de recreação e lazer

Aviso Abertura?  Sim Núm. Aviso 2.º Aviso - 1 / 2010 de 13 / 12 / 2010

**1.5 Enquadramento do Regime de IVA**

A actividade confere direito à dedução?

Sim  Não  Não se aplica

Se Sim ou Não, explicita: porque é uma actividade sujeita a dedução de IVA

**1.6 CAE da actividade objecto do Pedido de Apoio (de acordo com a Revisão 3)**

CAE	Código	Designação	Percent(%) <sup>(*)</sup>
55202	55202	55202 - Turismo no espaço rural	75,00%
55306	56	56 - Restauração e similares	10,00%
93293	93	93 - Actividades desportivas, de diversão e recreativas	15,00%

(\*) (A percentagem é relativa ao volume de negócio)

**B**

## Caracterização do Pedido de Apoio

### 2. DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO

O projecto assenta na reconstrução e ampliação de duas edificações existentes para empreendimento de turismo em espaço rural, na modalidade de casas de campo. As características construtivas dos edifícios são similares às construções envolventes, mantendo a traça e os materiais característicos da região. Os edifícios são constituídos por alvenarias resistentes de pedra com coberturas em madeira e telha meia cana.

Um dos principais objectivos a perseguir será a auto sustentabilidade de toda a propriedade de modo a garantir um desenvolvimento sustentável e ecológico, de forma a minimizar os impactos ambientais e sociais negativos e maximizar os positivos, respeitando sempre o equilíbrio ambiental e social. Pretende-se, ainda, oferecer instalações para alojamento, bem como serviços de índole cultural, recreativo, desportivo, assim como actividades de lazer e oferta de produtos característicos da região.

### 3. FUNDAMENTAÇÃO DA OPERAÇÃO

#### 3.1 Razões que justificam a apresentação do Pedido de apoio

**PONTOS FORTES:** curriculum do promotor no domínio da gestão e estratégia do turismo, assim como uma vasta experiência na condução e direcção de obras e na gestão dos recursos. Por sua vez, é conhecedor profundo das dinâmicas da região e da sua população, estando motivado e decidido a imprimir máxima vitalidade no desenvolvimento de um projecto que considera estruturante para a região onde se insere. Localização: a propriedade situa-se no limite urbano da Aldeia, a poucos minutos da costa atlântica e perto dos principais acessos rodoviários e centros urbanos da Zona Oeste. Plano de marketing: para além do posicionamento estratégico definido para esta unidade, a actuação incidirá sobretudo na área da comunicação, promoção e distribuição on-line, para além dos acordos que desenvolveu com os principais actores estratégicos do turismo regional e nacional.

Actividades complementares: focadas no lazer e na prática desportiva.

**PONTOS FRACOS:** Situação financeira inicial, capacidade de alojamento.

#### 3.2 Objectivos Globais da Operação

##### 3.2.1 Objectivos Gerais

Os objectivos globais assentam na criação de um produto turístico de nicho, o qual permitirá reforçar a oferta turística existente, a atractividade territorial, assim como o desenvolvimento económico local.

##### 3.2.2 Objectivos Específicos

Os objectivos específicos assentam em dois eixos estruturantes: (1) reconstrução e ampliação de duas casas de campo, com capacidade para 10 hóspedes; (2) disponibilização de oferta de serviços complementares, com vista a tornar atractiva e competitiva as referidas unidades.

**B**

## Caracterização do Pedido de Apoio

### 3. FUNDAMENTAÇÃO DO PEDIDO DE APOIO (Continuação)

#### 3.3 Actividades a desenvolver no âmbito da operação

A actividade principal está focada na oferta de alojamento de casas de campo, assim como de serviços complementares. Entre estes, destacam-se: sala polivalente para reuniões, conferências e acções de formação; jantares de grupo e outras funções recreativas; espaços de bem-estar, de lazer e desporto, tais como hidromassagem, cabina de sauna, piscina biológica; iniciativas ligadas às actividades agrícolas locais (horticultura e fruticultura), horta pedagógica e quinta com animais, para fruição dos hóspedes, loja para venda de produtos; oferta de outras actividades, tais como passeios de bicicleta, passeios de burro, escalada, parapente, mergulho, surf, BTT, entre outros); torneios de cartas e outros jogos; e provas de vinhos.

#### 3.4 Caracterização do mercado para os produtos e/ou serviços a desenvolver e/ou a criar

Os produtos a oferecer destinam-se fundamentalmente ao mercado nacional e de proximidade fronteiriça. A situação geográfica da Casa da Fonte Velha, próxima da Grande Lisboa e de outros centros urbanos, é um garante da facilidade de captação dos potenciais turistas que procuram destinos em áreas rurais, seja para fugir à rotina diária e para relaxar, ou seja por motivos profissionais. De facto, o turista contemporâneo procura cada vez mais territórios rurais para fugir das grandes urbes turísticas e das filas de espera das grandes atracções turísticas, preferindo o contacto com as gentes locais e com a natureza. Também as reuniões de incentivos e “corporate” tendem a procurar espaços mais isolados, propícios à definição de estratégias empresariais em ambientes de maior descontração. Espanha é o destino natural de proximidade, assim como a divulgação via internet, garantem níveis adequados de utilização da Casa da Fonte Velha em termos do modelo de negócio a desenvolver.

#### 3.5 Impacto da operação na actividade desenvolvida e/ou a criar

A oferta de alojamento qualificado e de acordo com as expectativas do turista que procura o turismo em espaço rural, e das actividades complementares, são garante de um impacto positivo para o reforço da actividade turística local e regional, em geral, e para a dinamização da economia local, em particular. De sublinhar ainda que as entidades institucionais locais e regionais têm acarinhado este projecto, fundamentalmente num quadro de depressão económica generalizada. Assim, toda a actividade pedagógica, cultural, turística e de lazer, constituirão um motor de dinamização de atractividade, competitividade e sustentabilidade do território onde se insere o presente projecto.

#### 3.6 Impacto da operação no território

Com a recuperação do imóvel e da zona envolvente, Fonte de S. António e lavadouro comunitário, pela Junta de Freguesia, motivando os proprietários vizinhos a aderirem ao conceito ou a recuperarem o seu património, colocação de iluminação nocturna no exterior da propriedade de forma a contribuir para um aumento das medidas de segurança das pessoas e bens, (re) naturalizar o meio envolvente aumentando a área arborizada, ajardinando as zonas exteriores desocupadas, utilizando principalmente plantas autóctones, e reduzindo a proporção de solo, contribuindo com medidas de influencia e por ultimo a criação da Horta Pedagógica para animação dos hóspedes. Este projecto assenta no desenvolvimento de redes interactivas integradas que potenciem os recursos endógenos quer naturais, agrícolas, culturais e turísticos, em parcerias com outros agentes com a finalidade de potenciar e multiplicar o conceito de desenvolvimento rural ao nível do território.

**B**

**Caracterização do Pedido de Apoio**

**3. FUNDAMENTAÇÃO DO PEDIDO DE APOIO (Continuação)**

**3.7 Aspectos inovadores da operação**

O projecto tem como pilar principal de inovação a sustentabilidade, o qual é transversal, ou seja, desde a fase de desenvolvimento da ideia, finalizando na sua exploração. De destacar o estudo e desenvolvimento do projecto, a preocupação com a utilização de técnicas sustentáveis ao nível de utilização de consumíveis, desenvolvendo uma solução de construção sustentável, utilizando materiais endógenos, isolamentos a cortiça e estruturas em madeiras e alvenarias em pedra. Ao nível da oferta entre outras, temos a referir, a criação da visitação às pegadas de dinossauros, os trilhos pedestres e de BTT, visitação aos Golfinhos da Nazaré, os percursos de charrette pela aldeia e os percursos de Burro

**3.8 Contributos para a valorização ambiental e/ou eficiência energética**

Este projecto contribui objectivamente para a valorização do ambiente, já que detém na sua plenitude soluções ecológicas, logo sustentáveis. Veja-se a minimização dos impactos ambientais e sociais negativos e a maximização dos positivos, respeitando sempre o equilíbrio ambiental e social. Isto é todas as novas instalações a edificar serão em madeira para minimizar o impacto na paisagem. Para além dos painéis solares a instalar para aquecimento das águas quentes sanitárias, as instalações da parte agrícola comportarão uma cobertura que será preenchida por painéis foto voltaicos, para a instalação de uma unidade de micro produção de energia eléctrica, associado a um aerogerador, assim como a instalação de um sistema de reaproveitamento de água, que consiste na recolha das águas dos banhos e lavatórios, para futura utilização na rega e autoclismos. Pretende-se, maximizar as técnicas de construção sustentável, amigas do ambiente, com base em critérios de certificação do programa LíderA.

**3.9 Complementaridade com outras actividades socioeconómicas**

O presente projecto detém uma relação simbiótica e de proximidade com outras actividades de cariz económico e social, existentes na região. Concretamente, foram estabelecidos acordos de parceria com as unidades de espaço rural da região, com empresários agrícolas, artesãos e entidades da área hoteleira, no sentido da Casa da Fonte Velha oferecer aos seus visitantes um conjunto de produtos da terra, de artesanato e de serviços diversos, directamente relacionados com as principais actividades económicas existentes a nível local. De destacar entidades parceiras como os Municípios da Nazaré e Alcobça, Juntas de Freguesia de Famalicão, Alfeizerão e S. Martinho do Porto, Casa do Pão de Ló de Alfeizerão, Restauração, Empresas de Actividades de Turismo e Lazer. De sublinhar a importante parceria firmada com a Escola Profissional da Nazaré, que ministra cursos na área do turismo e hotelaria.

**B**

**Caracterização do Pedido de Apoio**

**3. FUNDAMENTAÇÃO DO PEDIDO DE APOIO (Continuação)**

**3.10 Postos de Trabalho**

<input type="checkbox"/>	Postos de trabalho a manter	<input type="text" value="0"/>	Total			
<input checked="" type="checkbox"/>	Postos de trabalho a criar					
		Tempo Inteiro		Tempo Parcial		
	1 Posto	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	UTA	<input type="text"/>
	2 ou mais Postos	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	UTA	<input type="text" value="3520"/>

**Informações complementares**

O projecto implica a criação de quatro postos de trabalho, dois a tempo inteiro e dois a tempo parcial: o director técnico (o promotor), e três elementos, estes, a recrutar através da EPNazaré. Um deles ocupar-se-á das actividades de marketing, comunicação e imagem, desenvolvimento e projectos de investimento turístico, os restantes colaboradores serão os responsáveis pelo funcionamento e exploração, incluindo as tarefas agrícolas e tratamento dos animais, bem como o acompanhamento e acolhimento dos hóspedes, um direccionado para o SPA que terá formação específica. As restantes actividades serão desenvolvidas em outsourcing, em face do nível de especialização exigida.

**4. ENQUADRAMENTO E COMPLEMENTARIDADE DO PEDIDO DE APOIO COM OUTROS PLANOS E PROGRAMAS**

Sim  Não

**Informações complementares**

N/A

**B**

**Caracterização do Pedido de Apoio**

**5. SERVIÇOS BÁSICOS PARA A POPULAÇÃO RURAL**

**5.1** Parcerias existentes e/ou a criar

N/A

**5.2** Contributos para a acessibilidade de pessoas com mobilidade condicionada

Sim

Não

Informação complementar

O projecto Casa da Fonte Velha, assenta na recuperação e ampliação de duas edificações existente, A casa de S. António, T1+ constituída por um quarto, sala comum, Kitchnet, e casa de banho com acessibilidade total a pessoas com mobilidade condicionada, tendo preferência na reserva, a segunda casa denominada Casa do Curral, T2+, constituída por dois quarto, sala, cozinha, e casas de banho com acessibilidade ao nível do rés do chão, todas as restantes instalações têm total acessibilidade às pessoas com mobilidade condicionada, serão instalados sistemas de apoio complementar, também na área das actividades existe um preocupação em garantir a estas pessoas todas as condições de fruir, com elevada segurança, através de formação específica dos monitores.

**6. PLANO DE UTILIZAÇÃO E DE FUNCIONAMENTO APÓS A CONCLUSÃO DA OPERAÇÃO**

N/A

**B**

**Caracterização do Pedido de Apoio**

**7. EXECUÇÃO DO PEDIDO DE APOIO**

**7.1 Plano Financeiro Global**

<b>Data de Início</b>	<u>14 / 06 / 2011</u>	<b>Data de Conclusão</b>	<u>14 / 06 / 2013</u>
		(Euros)	
<b>Investimento Total do Pedido de Apoio</b>		<b>297.713,22</b>	
<b>Investimento Total Elegível</b>		<b>297.713,22</b>	
<b>Comparticipação solicitada ao PRODER</b>			
Comparticipação da Acção (%)		<b>40,00</b>	%
Majoração dos Postos de Trabalho (%)		<b>20,00</b>	%
Comparticipação Total (%)		<b>60,00</b>	%
Valor Total Despesa Pública		<b>178.627,93</b>	
Taxa de Participação Real		<b>60,00</b>	%
<b>Comparticipação do Beneficiário</b>		<b>119.085,29</b>	
(%)		<b>40,00</b>	%
<b>Fontes de financiamento do Beneficiário</b>			
a) Capitais próprios (excepto Incentivo PRODER)	<b>37,78</b> %	<b>44.990,42</b>	
b) Capitais alheios	<b>62,22</b> %	<b>74.094,87</b>	

**7.2 Justificação do Plano de Investimento**

O investimento realizado no projecto Casa da Fonte Velha, deve-se ao interesse do promotor reconstruir património em elevado grau de degradação e ao mesmo tempo na capacidade e vontade de investimento e desenvolvimento da região a nível turístico. Assim para que tal possa acontecer o promotor tem que realizar investimentos nomeadamente em: recuperação das casas existentes no terreno proposto para o projecto, aquisição de equipamentos para que as casas de campo possam ser alugadas e para que os hóspedes tenham a máxima comodidade e para que estes encontrem nas casas de campo o divertimento adequado a este tipo de turismo, assim como os equipamentos de distração e lazer.

**Formulário do Pedido de Apoio**

**B1**

**Caracterização do Pedido de Apoio**

**7. EXECUÇÃO DO PEDIDO DE APOIO (Continuação)**

Nº	Descrição do Investimento	Tipologias de Investimento	Investimento Total		Anos de Execução			Investimento Elegível
			sem IVA	com IVA	2011	2012	2013	
7.3 Plano de Investimento								
1	Etar (17.2.4), Vedações (19)	61 - Edifícios e outras construções - directamente ligados às actividades a desenvolver - Materiais	8.062,72	9.917,15	2.015,68	4.031,36	2.015,68	8.062,72
2	Construção Civil	65 - Obras de adaptação, ampliação, remodelação e de recuperação de instalações - directamente ligados às actividades a desenvolver - Materiais	184.077,73	226.415,61	92.038,87	92.038,87		184.077,73
3	Escorregas (23.8)	66 - Pequenas infra-estruturas de animação - Materiais	336,00	413,28			336,00	336,00
4	Piscina (23.1), SPA (23.2), Sauna (23.3)	67 - Pequenas infra-estruturas de recreio - Materiais	20.160,00	24.796,80		20.160,00		20.160,00
5	Computador + Impressora	71 - Equipamento administrativo e mobiliário incluindo equipamento informático - Materiais	1.000,00	1.230,00			1.000,00	1.000,00
6	Sistema Autónomo de Energia, Salamandra, Sistema Solar de Aquecimento Águas Quentes	74 - Equipamentos específicos - Sistemas Energéticos consumo próprio energias renováveis aquisição e instalação - Materiais	26.000,00	31.980,00		6.500,00		26.000,00
7	Exaustor de Fumos, Equipamentos de Cozinha, Segurança Integrada, Máquina de Lavar Roupa, ...	75 - Máquinas e equipamentos novos - Materiais	26.077,53	32.075,36		5.215,51		26.077,53
8	Software	77 - Software - standart e específico - aquisição - Imateriais	1.750,00	2.152,50			1.750,00	1.750,00
9	Projectos	82 - Estudos e Acessorias - Estudos técnicos, honorários de arquitectos, engenheiros e consultores e actos relativos à obtenção de licenças de construção e ao exercício	3.000,00	3.690,00	3.000,00			3.000,00
10	Ficha Electrotecnica (20.7.2)	87 - Processos de Certificação reconhecidos - Imateriais	40,00	49,20			40,00	40,00
11	Outdoors, Placas de sinalização	88 - Material Informativo - Concepção - Imateriais	1.260,00	1.549,80			1.260,00	1.260,00
12	Página Web	90 - Plataformas electrónicas - Construção - Imateriais	2.250,00	2.767,50			2.250,00	2.250,00
13	Moveis Interiores, Moveis Exterior	124 - Mobiliário	18.256,02	22.454,90			18.256,02	18.256,02
14	Equipamentos de Hotelaria, Texteis, Papelarias, Caixas de combustagem	125 - Utensilios e outras ferramentas	5.443,22	6.695,16			5.443,22	5.443,22
15								
<b>A Transportar</b>			<b>297.713,22</b>	<b>366.187,26</b>	<b>97.054,55</b>	<b>127.945,73</b>	<b>72.712,94</b>	<b>297.713,22</b>

**PRODER - Subprograma 3**  
**Medidas 3.1 e 3.2**

**Formulário do Pedido de Apoio**



**LEADER OESTE**  
Associação para o Desenvolvimento  
e Promoção Rural do Oeste

**B1**

**Caracterização do Pedido de Apoio**

**7. EXECUÇÃO DO PEDIDO DE APOIO (Continuação)**

Nº	Descrição do Investimento	Tipologias de Investimento	Investimento Total		Anos de Execução			Investimento Elegível
			sem IVA	com IVA	2011	2012	2013	
		Transporte						
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
		<b>Total</b>	<b>297.713,22</b>	<b>366.187,26</b>	<b>97.054,55</b>	<b>127.945,73</b>	<b>72.712,94</b>	<b>297.713,22</b>

7.3 Plano de Investimento (Continuação)

(Euros)



Formulário do Pedido de Apoio

**C**

**Estudo Económico-Financeiro**

A preencher pelo GAL

Processo N° \_\_\_\_\_

Data de Entrada \_\_\_\_\_

**1. PLANO ANUAL DE INVESTIMENTO POR RÚBRICA**

	(Ano N)	(Ano N+1)	(Ano N+2)	(Ano N+3)	(Ano N+4)	(Ano N+5)	(Ano N+6)	TOTAL
<b>RÚBRICAS DE INVESTIMENTO</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	
<b>ACTIVOS FIXOS TANGÍVEIS</b>								
Terrenos e Recursos Naturais								0,00
Edifícios e construções	94.054,55	122.730,22	27.615,23					244.400,00
Equipamento Básico		5.215,51	37.637,71					42.853,22
Equipamento de transporte								0,00
Equipamento administrativo			2.750,00					2.750,00
Equipamentos Biológicos								0,00
Outros Activos Fixos Tangíveis			1.260,00					1.260,00
<b>Sub-Total</b>	<b>94.054,55</b>	<b>127.945,73</b>	<b>69.262,94</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>291.263,22</b>
<b>ACTIVOS FIXOS INTANGÍVEIS</b>								
Programas de Computador								0,00
Propriedade Industrial								0,00
Outros Activos Intangíveis								0,00
<b>Sub-Total</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>INVESTIMENTO TOTAL</b>	<b>94.054,55</b>	<b>127.945,73</b>	<b>69.262,94</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>291.263,22</b>

**2. ESTRUTURA DE FINANCIAMENTO DO INVESTIMENTO**

	(Ano N)	(Ano N+1)	(Ano N+2)	(Ano N+3)	(Ano N+4)	(Ano N+5)	(Ano N+6)	TOTAL
<b>FONTES DE FINANCIAMENTO</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	
<b>CAPITAIS PRÓPRIOS</b>								
Capital Social	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.000,00
Outros Instrumentos do Capital Próprio								0,00
Autofinanciamento								0,00
Outras Variações do Capital Próprio	5.000,00	15.000,00	20.000,00					40.000,00
<b>Sub -Total</b>	<b>10.000,00</b>	<b>15.000,00</b>	<b>20.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>45.000,00</b>
<b>CAPITAIS ALHEIOS</b>								
Empréstimos Bancários	70.000,00			0,00	0,00	0,00	0,00	70.000,00
Empréstimos de Sócios (Suprimentos)								0,00
Crédito de Fornecedores								0,00
Locação Financeira								0,00
Outros	35.725,59	109.274,41	82.713,22	0,00	0,00	0,00	0,00	227.713,22
<b>Sub -Total</b>	<b>105.725,59</b>	<b>109.274,41</b>	<b>82.713,22</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>297.713,22</b>
<b>TOTAL DO FINANCIAMENTO</b>	<b>115.725,59</b>	<b>124.274,41</b>	<b>102.713,22</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>342.713,22</b>



## Formulário do Pedido de Apoio

C

## Estudo Económico-Financeiro

**PRESSUPOSTOS****Estrutura de financiamento:**

(Recurso a Capitais Pópios e Capitais Alheios)

Os pressupostos utilizados na elaboração do financiamento do projecto vão basear-se em recursos próprios e capitais alheios. Assim o promotor irá entrar com um capital inicial da empresa. Em segundo irá financiar-se junto de uma instituição financeira ao longo dos dois anos (Julho 2011 a Julho 2013) no valor de 70.000,00€, emprestimo esse que será reembolsado em 10 anos. Em terceiro lugar com 60% do investimento apoiado pelo Proder, o qual estimamos em 178.627,93€, isto devido a majoração pela criação de 2 posto de trabalho. Em quarto lugar através do projecto Finicia no valor de 50.000,00€ a reembolsar nos quatro anos seguintes à sua contratação.

**Económicos:**

(Novos produtos e novos serviços, volume de negócio previsto, capacidade máxima, taxas de crescimento da actividade, taxas de inflação, margens brutas, taxas de IVA aplicáveis, Estrutura de Custos,... )

A casa da fonte proê-se a criar uma oferta de estadias na especialidade de casas de campo, modalidade essa que não é desenvolvida nesta região. O volume de negocios previsto, valores sem IVA é de aproximadamente 52.000,00€ com uma ocupação média anual de 15% das casas de campo, tendo uma previsão de crescimento anual de 2%, a capacidade do projecto é de 10 pessoas por dia, divididas nas 2 Casas de Campo. A nível de IVA aplicável é da taxa reduzida nas dormidas e na taxa normal, na venda de produtos regionais e produtos de SPA de indole natural. Os custos do projecto serão o investimento realizado nos 2 primeiros anos, os encargos financeiros com os emprestimos a obter para o investimento, os custos com o pessoal que irá ser contratado, e todos os custos administrativos inerentes, desde, telefones, água, luz, serviços especializados, internet, etc.

**Financeiros:**

(Emprestimos Bancários, Taxas de Juro, Prazos de Recebimentos e Pagamentos, Necessidades Fundo de Maneio, Tesouraria,...)

Os pressupostos financeiros foram, o emprestimo bancário de 70.000,00€ com a taxa de juro de 6,35% que será reembolsado no prazo de 10 anos, o Finicia no valor de 50.000,00€ com a taxa de euribor a 3 meses acrescido de um SPRED de 1,00% que será reembolsado no prazo de 4 anos, o capital inicial no valor de 5.000,00€. Os prazos de pagamentos previstos são a 30 dias e os de recebimentos a pronto pagamento.

Formulário do Pedido de Apoio

**C**

**Estudo Económico-Financeiro**

**3. MAPA PREVISIONAL DE VENDAS DE BENS E/OU PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

DESCRIÇÃO / ANOS	Unid. Fis.	(Ano N)		(Ano N+1)		(Ano N+2)		(Ano N+3)		(Ano N+4)		(Ano N+5)		(Ano N+6)	
		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
		Qt.	Valor	Qt.	Valor	Qt.	Valor	Qt.	Valor	Qt.	Valor	Qt.	Valor	Qt.	Valor
Alojamento			0,00 €		0,00 €		19.642,50 €		39.285,00 €		45.070,70 €		48.672,11 €		49.645,56 €
Actividades Turísticas			0,00 €		0,00 €		2.620,00 €		5.240,00 €		5.344,80 €		6.452,33 €		6.580,73 €
Vendas de Produtos			0,00 €		0,00 €		1.388,21 €		2.776,42 €		2.831,95 €		3.888,59 €		3.966,36 €
SPA			0,00 €		0,00 €		2.620,00 €		5.240,00 €		5.344,80 €		6.451,70 €		6.580,73 €
<b>TOTAL</b>			<b>0,00 €</b>		<b>0,00 €</b>		<b>26.270,71 €</b>		<b>52.541,42 €</b>		<b>58.592,25 €</b>		<b>65.464,73 €</b>		<b>66.773,38 €</b>

**4. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS PREVISIONAL**

Contas do SNC		Anos		(Ano N)	(Ano N+1)	(Ano N+2)	(Ano N+3)	(Ano N+4)	(Ano N+5)	(Ano N+6)
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
71/72	Vendas e Prestações de Serviços			26.270,71 €	52.541,42 €	58.592,25 €	65.464,73 €	66.773,38 €		
75	Subsídios à Exploração			13.436,05 €	13.436,05 €	13.436,05 €	13.086,05 €	12.466,79 €		
73	Variação do Inventário de Produção									
74	Trabalhos para a Própria Entidade									
-61	Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas			-1.500,77 €	-3.001,54 €	-3.061,67 €	-3.122,80 €	-3.185,26 €		
-62	Fornecimento e Serviços Externos	-6.150,00 €	-3.213,00 €	-8.790,56 €	-7.014,57 €	-7.154,86 €	-7.297,96 €	-7.443,91 €		
-63	Gastos com Pessoal			-11.654,47 €	-22.783,77 €	-23.239,44 €	-23.704,23 €	-24.178,32 €		
7622/-652	Imparidade de Inventários (perdas/reversões)									
7621/-651	Imparidade de Dívidas a Receber (perdas/reversões)									
763/-67	Provisões (Aumentos/Reduções)									
(7623/7627/7628) / (-653/-657/-658)	Imparidade de Investimentos não depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)									
77/-66	Aumentos/Reduções de Justo Valor									
78 (excepto 785) /7918/7928/7988	Outros Rendimentos e Ganhos									
68 (excepto -685) - 6918/-6928/-6988	Outros Gastos e Perdas	-2.592,00 €	-4.819,44 €	-5.873,53 €	-5.881,27 €	-5.627,54 €	-5.373,97 €	-5.120,56 €		
<b>Resultado Antes de Depreciações, Gastos de Financiamento e Impostos</b>		<b>-8.742,00 €</b>	<b>-8.032,44 €</b>	<b>11.887,43 €</b>	<b>27.296,32 €</b>	<b>32.944,79 €</b>	<b>39.051,82 €</b>	<b>39.312,12 €</b>		
761/-64	Gastos/Reversões de Depreciações e de Amortizações	0,00 €	0,00 €	-22.393,41 €	-22.393,41 €	-22.393,41 €	-21.810,08 €	-20.777,98 €		
7624/7825/7826/-654-655-656	Imparidade de investimentos depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)									
<b>Resultado Operacional (Antes de Gastos de Financiamento e Impostos)</b>		<b>-8.742,00 €</b>	<b>-8.032,44 €</b>	<b>-10.505,98 €</b>	<b>4.902,91 €</b>	<b>10.551,38 €</b>	<b>17.241,74 €</b>	<b>18.534,14 €</b>		
7911/7921/7981	Juros e Rendimentos Similares Obtidos									
/-6911/-6921/-6981	Juros e Gastos Similares Suportados									
<b>Resultados Antes de Impostos</b>		<b>-8.742,00 €</b>	<b>-8.032,44 €</b>	<b>-10.505,98 €</b>	<b>4.902,91 €</b>	<b>10.551,38 €</b>	<b>17.241,74 €</b>	<b>18.534,14 €</b>		
812	Impostos Sobre o Rendimento do Período						-676,95 €	-3.071,03 €		
<b>Resultados Líquidos do Período (818)</b>		<b>-8.742,00 €</b>	<b>-8.032,44 €</b>	<b>-10.505,98 €</b>	<b>4.902,91 €</b>	<b>10.551,38 €</b>	<b>16.564,79 €</b>	<b>15.463,10 €</b>		

Formulário do Pedido de Apoio

**C**

**Estudo Económico-Financeiro**

5. BALANÇO PREVISIONAL

Contas do SNC		Anos		(Ano N)	(Ano N+1)	(Ano N+2)	(Ano N+3)	(Ano N+4)	(Ano N+5)	(Ano N+6)
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017		
<b>ACTIVO</b>										
<b>Activo Não Corrente</b>		<b>94.054,55 €</b>	<b>222.625,28 €</b>	<b>269.495,00 €</b>	<b>247.101,59 €</b>	<b>224.708,18 €</b>	<b>202.898,10 €</b>	<b>182.120,12 €</b>		
43+453-459	Activos Fixos Tangíveis	94.054,55 €	222.000,28 €	268.870,00 €	246.476,59 €	224.083,18 €	202.273,10 €	181.495,12 €		
42+452	Propriedades de Investimento									
441	Goodwill									
44(excepto 441)+454-459	Activos Intangíveis									
372	Activos Biológicos									
4111+4121+4131-419	Participações Financeiras -Método Equivalencia Patrimonial									
4112+4122+4132+4141-419	Participações Financeiras - Outros Métodos									
266+268-269	Accionistas/Sócios									
4113+4123+4133+4142+415-										
419+451+454-2741	Outros Activos Financeiros		625,00 €	625,00 €	625,00 €	625,00 €	625,00 €	625,00 €		
	Activos por Impostos diferidos									
<b>Activos Corrente</b>		<b>153.311,38 €</b>	<b>66.668,21 €</b>	<b>16.374,60 €</b>	<b>14.277,50 €</b>	<b>5.938,39 €</b>	<b>4.943,41 €</b>	<b>6.486,20 €</b>		
32+33+34+35+36+39	Inventários									
371	Activos Biológicos									
211+212-219	Clientes									
228-229+2713-279	Adiantamentos a Fornecedores									
24	Estado e outros entes públicos	3.132,61 €	3.386,39 €	10.069,85 €	8.058,27 €	5.686,49 €	4.000,00 €	4.323,05 €		
263+268-269	Accionistas/Sócios									
232+238-239+2721+27281	Outras contas a receber	142.902,34 €	59.542,64 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
1411+1421	Diferimentos									
1431	Activos financeiros detidos para negociação									
46	Outros Activos financeiro									
11+12+13	Activos não correntes detidos Para Venda									
	Caixa e Depósitos Bancários	7.276,43 €	3.739,18 €	6.304,75 €	6.219,23 €	251,90 €	943,41 €	2.163,15 €		
<b>TOTAL DO ACTIVO</b>		<b>247.365,93 €</b>	<b>289.293,49 €</b>	<b>285.869,60 €</b>	<b>261.379,09 €</b>	<b>230.646,57 €</b>	<b>207.841,51 €</b>	<b>188.606,32 €</b>		
<b>CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO</b>										
<b>CAPITAL PRÓPRIO</b>										
51-261-262	Capital Realizado	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €		
52	Acções(quotas) próprias									
53	Outros Instrumentos de Capital Próprio	5.000,00 €	20.000,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €		
54	Prémios de Emissão									
551	Reservas Legais									
552	Outras Reservas									
56	Resultados Transitados		-8.742,00 €	-16.774,44 €	-27.280,42 €	-22.377,52 €	-11.826,14 €	4.738,65 €		
57	Ajustamentos em Activos Financeiros									
58	Excedente de revalorização									
59	Outras Variações no Capital próprio	178.627,93 €	178.627,93 €	156.234,52 €	133.841,11 €	111.447,70 €	89.637,62 €	68.859,64 €		
<b>SubTotal</b>		<b>188.627,93 €</b>	<b>194.885,93 €</b>	<b>184.460,08 €</b>	<b>151.560,69 €</b>	<b>134.070,18 €</b>	<b>122.811,48 €</b>	<b>118.598,29 €</b>		
818	Resultados Líquido Do Período	-8.742,00 €	-8.032,44 €	-10.505,98 €	4.902,91 €	10.551,38 €	16.564,79 €	15.463,10 €		
	Interesses Minoritários									
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO</b>		<b>179.885,93 €</b>	<b>186.853,49 €</b>	<b>173.954,10 €</b>	<b>156.463,59 €</b>	<b>144.621,56 €</b>	<b>139.376,27 €</b>	<b>134.061,39 €</b>		
<b>PASSIVO</b>										
<b>Passivo Não Corrente</b>		<b>62.440,00 €</b>	<b>81.440,00 €</b>	<b>99.940,00 €</b>	<b>80.440,00 €</b>	<b>60.440,00 €</b>	<b>39.940,00 €</b>	<b>18.940,00 €</b>		
29	Provisões									
25	Financiamentos Obtidos	62.440,00 €	81.440,00 €	99.940,00 €	80.440,00 €	60.440,00 €	39.940,00 €	18.940,00 €		
273	Responsabilidades por benefícios pós-emprego									
2742	Passivos por imposto diferido									
7+2711+2712+2742	Outras contas a pagar									
<b>Passivo Corrente</b>		<b>5.040,00 €</b>	<b>21.000,00 €</b>	<b>11.975,50 €</b>	<b>24.475,50 €</b>	<b>25.585,01 €</b>	<b>28.525,24 €</b>	<b>35.604,93 €</b>		
221+222+225	Fornecedores		15.000,00 €	5.000,00 €	4.500,00 €	5.100,00 €	5.200,00 €	4.900,00 €		
218+276	Adiantamentos de clientes									
24	Estado e Outros Entes Públicos			475,50 €	475,50 €	485,01 €	2.825,24 €	9.704,93 €		
264+265+268	Accionistas/Sócios									
25	Financiamentos Obtidos	5.040,00 €	6.000,00 €	6.500,00 €	19.500,00 €	20.000,00 €	20.500,00 €	21.000,00 €		
7+2711+2712+2742	Outras Contas a Pagar									
282+283	Diferimentos									
1412+1422	Passivos Financeiros detidos para negociação									
1432	Outros Passivos Financeiros									
	Passivos não Correntes detidos para venda									
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>		<b>67.480,00 €</b>	<b>102.440,00 €</b>	<b>111.915,50 €</b>	<b>104.915,50 €</b>	<b>86.025,01 €</b>	<b>68.465,24 €</b>	<b>54.544,93 €</b>		
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO + PASSIVO</b>		<b>247.365,93 €</b>	<b>289.293,49 €</b>	<b>285.869,60 €</b>	<b>261.379,09 €</b>	<b>230.646,57 €</b>	<b>207.841,51 €</b>	<b>188.606,32 €</b>		

Formulário do Pedido de Apoio

**C**

**Estudo Económico-Financeiro**

6. SUSTENTABILIDADE DA OPERAÇÃO

(A preencher apenas para a Acção 322)

Mapa de Cash Flows	Ano N	Ano N+1	Ano N+2	Ano N+3	Ano N+4	Ano N+5	Ano N+6	TOTAL
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
<b>Meios Libertos do Projecto</b>								
(Resultados Operacionais (antes de gastos de financiamento e impostos) ) * (1-taxa IRC)								0,00 €
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	0,00 €	-22.393,41 €	22.393,41 €	22.393,41 €	22.393,41 €	21.810,08 €	20.777,98 €	87.374,88 €
Provisões (aumentos/reversões)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	<b>0,00 €</b>	<b>-22.393,41 €</b>	<b>22.393,41 €</b>	<b>22.393,41 €</b>	<b>22.393,41 €</b>	<b>21.810,08 €</b>	<b>20.777,98 €</b>	<b>87.374,88 €</b>
<b>Investim./Desinvest. em Fundo Maneio</b>								
Fundo de Maneio								0,00 €
<b>CASH FLOW de Exploração</b>	<b>0,00 €</b>	<b>-22.393,41 €</b>	<b>22.393,41 €</b>	<b>22.393,41 €</b>	<b>22.393,41 €</b>	<b>21.810,08 €</b>	<b>20.777,98 €</b>	<b>87.374,88 €</b>
<b>Investim./Desinvest. em Capital Fixo</b>								
Capital Fixo								0,00 €
Cash-flow	0,00 €	-22.393,41 €	22.393,41 €	22.393,41 €	22.393,41 €	21.810,08 €	20.777,98 €	87.374,88 €
Cash-flow Acumulado	0,00 €	-22.393,41 €	0,00 €	22.393,41 €	44.786,82 €	66.596,90 €	87.374,88 €	
<b>Taxa de Referência do Banco Central Europeu (à data de apresentação do Pedido de Apoio)</b>								
Free cash-flow Actualizado	0,00 €	-22.393,41 €	22.393,41 €	22.393,41 €	22.393,41 €	21.810,08 €	20.777,98 €	
<b>Free cash-flow Acumulado Líquido de Investimento (Actualizado à taxa de referência do BCE)</b>	<b>0,00 €</b>	<b>-22.393,41 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>22.393,41 €</b>	<b>44.786,82 €</b>	<b>66.596,90 €</b>	<b>87.374,88 €</b>	

**D**

**Documentação Complementar**

**1. O BENEFICIÁRIO COMPROMETE-SE A APRESENTAR JUNTO DO GAL, 5 DIAS ÚTEIS APÓS A CONFIRMAÇÃO DE RECEÇÃO E VALIDAÇÃO DO PEDIDO DE APOIO APRESENTADO, OS DOCUMENTOS ABAIXO REFERENCIADOS, SOB PENA DE O PA SER ANULADO (não invalida a apresentação de outros):**

**Declarações de Compromisso**

1. Declaração em como as despesas propostas no projecto não foram nem serão, total ou parcialmente, objecto de candidatura aprovada ou a aprovar no âmbito de qualquer outro incentivo ou cofinanciamento comunitário ou nacional;
2. Declaração de garantia do Autofinanciamento da componente financeira a suportar pelo beneficiário;
3. Declaração de compromisso de colocar à disposição dos outros órgãos de controlo credenciados, a documentação indispensável à verificação dos montantes de investimento realizados, até 5 anos após a conclusão do respectivo projecto;
4. Declaração de compromisso de manter e/ou explorar o investimento pelo período mínimo de 5 anos após a sua conclusão
5. Declaração de compromisso de manter organizado/actualizado um dossier técnico-financeiro relativo ao projecto
6. Declaração de não exclusão por incumprimento de obrigações contractuais relativas a ajudas públicas
7. Declaração em como o projecto não foi objecto de qualquer financiamento nacional ou comunitário nos 5 anos precedentes e para a mesma operação
8. Declaração do cumprimento dos normativos legais e regulamentos aplicáveis;
9. Declaração de compromisso de manter contabilidade organizada de acordo com o POC - Plano Oficial de Contabilidade, ou se se inserir no regime simplificado, disporem de um sistema de contabilidade nos termos das normas RICA ou outros equiparados e reconhecidos para o efeito

**Do Beneficiário**

10. Bilhete de Identidade ou Cartão do Cidadão
11. Número de Identificação Fiscal (NIF)
12. Comprovativo de residência
13. Número de Identificação de Pessoa Colectiva (NIPC)
14. Certidão da Conservatória do Registo Comercial (emitida à menos de 1 ano)
15. Pacto Social
16. Bilhete de Identidade e Número de Identificação Fiscal do seus legais representantes
17. Declaração de Início de Actividade
18. Acta de Nomeação e/ou publicação no Diário da República
19. Certidão (Declaração) da Direcção Geral dos Impostos comprovativa da situação regularizada perante a administração fiscal
20. Certidão (Declaração) da Segurança Social comprovativa da situação regularizada perante a segurança social
21. Certidão (Declaração) da Direcção Geral dos Impostos comprovativa da situação regularizada perante o IVA
22. Certidão (Declaração) da Repartição de Finanças local do enquadramento em regime de IVA - Imposto sobre o Valor Acrescentado;
23. Modelo 3 do IRS do ano anterior à candidatura, no caso de pessoas singulares
24. Balancete, Balanço, Demonstração de Resultados e Relatório e Contas do ano anterior à candidatura
25. Modelo 22 do IRC dos 3 ultimos anos anteriores à candidatura com Balanço e Demonstração de Resultados, no caso de Entidades Colectivas
26. Conta de Gerência do ano anterior
27. Plano de Actividades e Orçamento

**D**

**Documentação Complementar**

**Do Beneficiário (Continuação)**

- |   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| 28. Acção 3.2.1 (Autarquias) - a) Prestação de Contas (ano N-1); b) Plano Plurianual de Investimento; c) Balancete das Grandes Opções do Plano - (Balancete específico do objecto do PA); | <input type="checkbox"/>            |
| 29. Curriculum do Beneficiário e respectivos documentos comprovativos   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 30. Folha de Remunerações da Segurança Social, à data da candidatura, comprovativa dos trabalhadores ao serviço   | <input type="checkbox"/>            |
| 31. Documento comprovativo de que o beneficiário é agricultor ou que pertence ao agregado familiar de um agricultor   | <input type="checkbox"/>            |
| 32. Comprovativo bancário NIB   | <input type="checkbox"/>            |

**Da Operação**

- |  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| 33. Memória descritiva complementar  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 34. Enquadramento das actividades constantes da candidatura em matéria de IVA  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 35. Estudo de viabilidade económico-financeira   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 36. Orçamentos e/ou Facturas-Proforma  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 37. Planta de implantação / Localização  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 38. Projecto(s) técnico(s) de execução e orçamento(s)  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 39. Aprovação do(s) projecto(s) técnico(s) de execução   | <input type="checkbox"/>            |
| 40. Pareceres, licenças, autorizações, inscrições ou registos de entidades nacionais, regionais ou locais, com competências nas áreas de investimento em causa | <input type="checkbox"/>            |
| 41. Prova de titularidade dos prédios rurais   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 42. Prova da titularidade dos prédios urbanos  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 43. Comprovativo em como o beneficiário pode intervir no imóvel ou espaço abrangido pelo projecto  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 44. Maquetes do material gráfico/elementos a produzir; LAYOUT  | <input type="checkbox"/>            |
| 45. Estudo prévio, ante-projecto de obras de construção civil e/ou arquitectura  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 46. Parcelário   | <input type="checkbox"/>            |
| 47. Fotografias  | <input type="checkbox"/>            |
| 48. Plano de Utilização e Funcionamento para o período posterior à conclusão da operação ( Medida 3.2)   | <input type="checkbox"/>            |
| 49. Protocolo de Parceria  | <input type="checkbox"/>            |
| 50. Parecer da Rede Social   | <input type="checkbox"/>            |
| 51. Parecer do Instituto da Segurança Social, IP ou de Entidade Tutelar Competente   | <input type="checkbox"/>            |
| 52. Outros documentos  | <input type="checkbox"/>            |

Especificar: \_\_\_\_\_

**D**

**Documentação Complementar**

**Outros Documentos**

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| 53. Número de Identificação do IFAP (NIFAP)   | <input type="checkbox"/> |
| 54. Declaração de Interesse para o Turismo  | <input type="checkbox"/> |
| 55. Comprovativos das condições legais necessárias ao exercício da actividade e da Operação         | <input type="checkbox"/> |
| 56. Plano de Actividades para o período posterior à conclusão da Operação                           | <input type="checkbox"/> |
| 57. Plano de Inventariação, valorização e Divulgação do Património objecto do PA                    | <input type="checkbox"/> |
| 58. Plano de Intervenção  | <input type="checkbox"/> |
| 59. Fontes de Financiamento: Capital Próprio e Capital Alheio                                       | <input type="checkbox"/> |
| 60. Certificado PME   | <input type="checkbox"/> |
| 61. Acta da Decisão da Apresentação do PA   | <input type="checkbox"/> |
| 62. Acção 3.2.1 - Comprovativo do Reconhecido Interesse para as populações ou para a economia local | <input type="checkbox"/> |
| 63. Horário de Funcionamento  | <input type="checkbox"/> |

**D**

**Documentação Complementar**

**2 - DECLARAÇÃO DO BENEFICIÁRIO**

Nome / Designação Social

Turismo em Espaço Rural Casa da Fonte Velha, Unipessoal, Lda.

Para os devidos efeitos, se declara:

\* Cumprir todos os procedimentos legais em matéria de concorrência, ambiente, mercados públicos e relativos à publicidade das contribuições financeiras dos apoios ao abrigo do Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER) e Estado Português;

\* Cumprir, além das obrigações enunciadas no Decreto-Lei n.º 37-A/2008, de 5 de Março, as obrigações constantes no Artigo 11º da Portaria 520/2009 e 521/2009 de 14 de Maio e as Portarias 905/2009 e 906/2009 de 14 de Agosto que regulam a aplicação da acção à qual se candidata;

\* Serem verdadeiras todas as informações e respectiva documentação complementar constantes do presente formulário do Pedido de Apoio.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

(assinatura(s) e carimbo)



PRODER - Subprograma 3  
Medidas 3.1 e 3.2



**E**

**DECLARAÇÃO GERAL DE COMPROMISSO**

Beneficiário:

NIF/NIPC:

**Declara para os devidos efeitos cumprir com o disposto nas seguintes alíneas :**

- A) As despesas propostas no projecto não foram nem serão, total ou parcialmente, objecto de candidatura aprovada ou a aprovar no âmbito de qualquer outro incentivo ou cofinanciamento comunitário ou nacional;
- B) Garantir o Autofinanciamento da componente financeira a suportar pelo beneficiário;
- C) Colocar à disposição dos outros órgãos de controlo credenciados, a documentação indispensável à verificação dos montantes de investimento realizados, até 5 anos após a conclusão do respectivo projecto;
- D) Manter e/ou explorar o investimento pelo período mínimo de 5 anos após a sua conclusão;
- E) Manter organizado/actualizado um dossier técnico-financeiro relativo ao projecto;
- F) Não estar excluído por incumprimento de obrigações contractuais relativas a ajudas públicas;
- G) O projecto não foi objecto de qualquer financiamento nacional ou comunitário nos 5 anos precedentes e para a mesma operação;
- H) Respeitar os normativos legais e regulamentos aplicáveis;
- I) Manter contabilidade organizada de acordo com o SNC - Sistema de Normalização Contabilística, ou se se inserir no regime simplificado, dispor de um sistema de contabilidade nos termos das normas RICA, ou outros equiparados e reconhecidos para o efeito;
- J) Comprometer-se a entregar junto do GAL/ \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ dias após a recepção e validação do Pedido de Apoio apresentado, todos os documentos exigidos no formulário de candidatura.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Assinatura (s):

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

(assinatura de quem obriga a entidade, ou seu representante legal, conforme BI ou CC e carimbo)



**F**

**POSTOS DE TRABALHO A CRIAR**

Beneficiário: Turismo em Espaço Rural Casa da Fonte Velha, Unipessoal, Lda.

NIF/NIPC: 509671861

**1. - Situação Anterior Face ao Emprego:**

	< 25		≥ 25 e ≤ 45		> 45	
	H	M	H	M	H	M
Desemp. Longa Dur.						
Desemp. <1 ano						
1º Emprego	1	1				
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**2. - Escolaridade dos RH:**

	< 25		≥ 25 e ≤ 45		> 45	
	H	M	H	M	H	M
≤ 6º Ano						
> 6º e ≤ 9º Ano						
> 10 e < 12º Ano	1	1				
Méd./Sup.						
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**3. - Formação Profissional (na área de trabalho):**

	< 25		≥ 25 e ≤ 45		> 45	
	H	M	H	M	H	M
Com Formação	1	1				
Sem Formação						
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**4. - Experiência Profissional:**

	< 25		≥ 25 e ≤ 45		> 45	
	H	M	H	M	H	M
≥ 5 anos						
≥3 e < 5 anos						
< 3 anos	1	1				
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**5. - Vínculo Contratual:**

	< 25		≥ 25 e ≤ 45		> 45	
	H	M	H	M	H	M
Com Termo						
Sem Termo	1	1				
Outro _____						
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**6. - Situação na Profissão:**

	< 25		≥ 25 e ≤ 45		> 45	
	H	M	H	M	H	M
Emprego Próprio						
Por Conta de Outrém	1	1				
Familiar não Remunerado						
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**F1**

**POSTOS DE TRABALHO EXISTENTES**

Beneficiário: Turismo em Espaço Rural Casa da Fonte Velha, Unipessoal, Lda.

NIF/NIPC: 509671861

**1. - Vínculo Contratual:**

	< 25		≥ 25 e ≤ 45		> 45	
	H	M	H	M	H	M
Com Termo						
Sem Termo						
Outro _____						
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**2. - Escolaridade dos RH:**

	< 25		≥ 25 e ≤ 45		> 45	
	H	M	H	M	H	M
≤ 6º Ano						
> 6º e ≤ 9º Ano						
> 10 e < 12º Ano						
Méd./Sup.						
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**3. - Formação Profissional (na área de trabalho):**

	< 25		≥ 25 e ≤ 45		> 45	
	H	M	H	M	H	M
Com Formação						
Sem Formação						
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**4. - Experiência Profissional:**

	< 25		≥ 25 e ≤ 45		> 45	
	H	M	H	M	H	M
≥ 5 anos						
≥ 3 e < 5 anos						
< 3 anos						
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**5. - Necessidades de Formação:**

	< 25		≥ 25 e ≤ 45		> 45	
	H	M	H	M	H	M
Especificações na área de profissional						
Especificações legais						
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Especifique as necessidades de formação:

**PRODER - Subprograma 3  
Medidas 3.1 e 3.2**

**Formulário do Pedido de Apoio**



ntidade (Possibilidade de cada entidade colocar o seu logo)

**G**

**Plano de Investimento Detalhado por Rúbrica**

**RUBRICA**

Nº	Tipo de Documento	Designação da Despesa	Entidade Emissora do Documento	Investimento Total		Investimento Elegível	Ano de Realização
				sem IVA	com IVA		
1	Orçamento	Estaleiro	Cadimarte - Construções, Lda.	6.150,00	7.564,50	6.150,00	2011
2	Orçamento	Plano de segurança e saúde	Cadimarte - Construções, Lda.	400,00	492,00	400,00	2011
3	Orçamento	Plano de prevenção e gestão de RC&D	Cadimarte - Construções, Lda.	800,00	984,00	800,00	2011
4	Orçamento	Demolições	Cadimarte - Construções, Lda.	6.002,44	7.383,00	6.002,44	2011
5	Orçamento	Movimentos de terras	Cadimarte - Construções, Lda.	2.254,22	2.772,69	2.254,22	2011
6	Orçamento	Alvenarias	Cadimarte - Construções, Lda.	3.574,20	4.396,27	3.574,20	2011
7	Orçamento	Cobertura	Cadimarte - Construções, Lda.	35.180,08	43.271,50	35.180,08	2011
8	Orçamento	Cantarias	Cadimarte - Construções, Lda.	374,92	461,15	374,92	2012
9	Orçamento	Guarnições de vãos	Cadimarte - Construções, Lda.	14.289,60	17.576,21	14.289,60	2012
10	Orçamento	Carpintarias	Cadimarte - Construções, Lda.	8.764,80	10.780,70	8.764,80	2012
11	Orçamento	Revestimento de pavimentos e rodapés	Cadimarte - Construções, Lda.	28.194,38	34.679,09	28.194,38	2012
12	Orçamento	Revestimento de pavimentos exteriores	Cadimarte - Construções, Lda.	4.491,86	5.524,99	4.491,86	2012
13	Orçamento	Revestimento de paredes e tectos	Cadimarte - Construções, Lda.	32.450,15	39.913,68	32.450,15	2012
14	Orçamento	Protecção à construção	Cadimarte - Construções, Lda.	2.547,61	3.133,56	2.547,61	2012
15	Orçamento	Isolamento térmico e acústico e impermeabilização	Cadimarte - Construções, Lda.	14.674,67	18.049,84	14.674,67	2012
16	Orçamento	Equipamentos sanitário	Cadimarte - Construções, Lda.	7.496,00	9.220,08	7.496,00	2012
17	Orçamento	Redes de águas e esgotos	Cadimarte - Construções, Lda.	6.990,00	8.597,70	6.990,00	2012
<b>Total</b>				<b>174.634,93</b>	<b>214.800,96</b>	<b>174.634,93</b>	

**PRODER - Subprograma 3  
Medidas 3.1 e 3.2**

**Formulário do Pedido de Apoio**



Entidade (Possibilidade de cada entidade colocar o seu logo)

**G**

**Plano de Investimento Detalhado por Rúbrica**

**RUBRICA**

Nº	Tipo de Documento	Designação da Despesa	Entidade Emissora do Documento	Investimento Total		Investimento Elegível	Ano de Realização
				sem IVA	com IVA		
18	Orçamento	Equipamentos de Cozinha	Cadimarte - Construções, Lda.	3.000,00	3.690,00	3.000,00	2013
19	Orçamento	Vedação Exterior	Cadimarte - Construções, Lda.	4.462,72	5.489,15	4.462,72	2011
20	Orçamento	Rede de instalação eléctrica	Cadimarte - Construções, Lda.	30.840,80	37.934,18	30.840,80	2012
21	Orçamento	Instalação ITED	Cadimarte - Construções, Lda.	1.602,00	1.970,46	1.602,00	2012
22	Orçamento	Segurança integrada	Cadimarte - Construções, Lda.	5.883,55	7.236,77	5.883,55	2012
23	Orçamento	Diversos	Cadimarte - Construções, Lda.	28.176,00	34.656,48	28.176,00	2013
24	Orçamento	Moveis Interiores	Moveis Pereira, Lda.	12.626,02	15.530,00	12.626,02	2013
25	Orçamento	Moveis Exterio	Alaire	5.630,00	6.924,90	5.630,00	2013
26	Orçamento	Texteis	Lisiate, Lda.	3.710,45	4.563,85	3.710,45	2013
27	Orçamento	Equipamentos de Hotelaria	Américo Alves, SA	1.492,77	1.836,11	1.492,77	2013
28	Orçamento	Equipamento Ginásio	Maquinasport, SA	4.988,00	6.135,24	4.988,00	2013
29	Orçamento	POS	Real Estudo, Lda.	1.000,00	1.230,00	1.000,00	2013
30	Orçamento	Software gestão	Real Estudo, Lda.	1.750,00	2.152,50	1.750,00	2013
31	Orçamento	Página Web	Real Estudo, Lda.	2.250,00	2.767,50	2.250,00	2013
32	Orçamento	Electrodomésticos	António Pedro Tomás do Couto	8.277,56	10.181,40	8.277,56	2013
33	Orçamento	Bicicletas, capacetes e GPS's	Nuno José Fernandes Lopes	3.128,42	3.847,96	3.128,42	2013
34	Orçamento	Outdoors, Placas de sinalização	Adelino Moreira	1.260,00	1.549,80	1.260,00	2013
<b>A Transportar</b>				<b>120.078,29</b>	<b>147.696,30</b>	<b>120.078,29</b>	



**PRODER - Subprograma 3**  
**Medidas 3.1 e 3.2**  
**Formulário do Pedido de Apoio**



ntidade (Possibilidade de cada entidade colocar o seu logo)

**G**  
**Plano de Investimento Detalhado por Rúbrica**

**RUBRICA**

Nº	Tipo de Documento	Designação da Despesa	Entidade Emissora do Documento	Investimento Total		Investimento Elegível	Ano de Realização
				sem IVA	com IVA		
35	Orçamento	Projectos de arquitectura e especialidades	Jesus Noivo	3.000,00	3.690,00	3.000,00	2011
36							
37							
38							
39							
40							
41							
42							
43							
44							
45							
46							
47							
48							
49							
50							
51							
<b>A Transportar</b>				<b>3.000,00</b>	<b>3.690,00</b>	<b>3.000,00</b>	

