



Ir mais longe nos negócios é muitas vezes,  
*inventar um novo salto*

Consulting by Deloitte



## Congresso Internacional de Turismo Equestre

“ Uma visão Global sobre o Turismo Equestre “

Alter do Chão, 16 de Maio de 2008

Audit.Tax.Consulting.Corporate Finance.

# Índice

- Macro-tendências
- Turismo Equestre
- Casos Internacionais
- Vantagens Competitivas de Portugal no Turismo Equestre

# Macro-tendências

## Mudanças exógenas e estruturais

<i><b>MUDANÇAS EXÓGENOS</b></i>	<i><b>MUDANÇAS ESTRUTURAIS</b></i>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Conjuntura económica pouco favorável</b> nos principais mercados emissores (Alemanha, UK, França, etc.)</li><li>• <b>Pessimismo dos agentes económicos nacionais</b></li><li>• Aumento do <b>preço do petróleo</b></li><li>• <b>Globalização</b> e liberalização dos mercados</li><li>• <b>Revolução tecnológica</b> e aumento da produtividade</li><li>• Crescente preocupação por temas relacionados com a <b>segurança</b>: actos terroristas, guerras e catástrofes</li></ul>	<p><b>Procura:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Mudança no <b>perfil</b> dos turistas</li><li>– Mudança na <b>organização</b> das viagens</li><li>– Mudanças nos <b>regimes de alojamento</b></li><li>– <b>Novos conceitos</b> de procura</li><li>– Reactivação do <b>turismo de proximidade</b></li><li>– Utilização das <b>novas tecnologias</b></li></ul> <p><b>Oferta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Mercado mais <b>competitivo</b></li><li>– <b>Consolidação</b> do sector</li><li>– Oferta <b>mais variada</b> de produtos/serviços</li><li>– Maior investimento em <b>novas tecnologias</b> de informação e comunicação</li></ul>

# Macro-tendências

## Mercados emergentes

### Evolução do gasto em viagens (2008 – 2018)

Rank	2008 Country	Spend (US\$bn)
1	United States	889.5
2	Japan	274.4
3	United Kingdom	208.1
4	Germany	201.8
5	France	170.9
6	China	167.5
7	Italy	127.1
8	Spain	123.9
9	Canada	95.8
10	Mexico	77.1

Rank	2018 Country	Spend (US\$bn)	% annual (growth 2008-2018)
1	United States	1,430.0	4,9%
2	China	668.7	14,8%
3	Japan	396.0	3,7%
4	United Kingdom	335.3	4,9%
5	Germany	247.1	2,0%
6	France	217.4	2,4%
7	Spain	183.0	4,0%
8	Italy	160.5	2,4%
9	Mexico	130.1	5,4%
10	Russian Federation	128.2	n.a.

Fonte: WTTC – Ano: 2008

# Índice

- Macro-tendências
- Turismo Equestre
  - Enquadramento
  - Caracterização do Turismo Equestre
  - Perfil do Turista
- Casos Internacionais
- Vantagens Competitivas de Portugal no Turismo Equestre

# Turismo Equestre

## Enquadramento

- O sector equestre numa óptica de lazer, é um dos que poderá potenciar um acelerado desenvolvimento do Turismo Natureza e em Espaço Rural, a saber:
  1. A equitação é uma actividade de lazer popular, especialmente entre as crianças e os jovens adultos dos países desenvolvidos (existem 20 milhões de praticantes de actividades equestre nos países desenvolvidos (6,4 milhões de praticantes de equitação com motivação de lazer na U.E.);
  2. Europa e EUA são os grandes mercados emissores de turismo equestre (o norte-americano mostra preferência pelos destinos europeus - Irlanda, Itália e Espanha e os europeus optam por destinos distantes como África e Sul da América);
  3. Países como a França e a Hungria reconheceram o potencial económico do turismo equestre, constituindo Organismos Oficiais para “promover” este segmento turístico;
  4. Popularização dos serviços de incentivos hípicas, destinados a empresas para estimular as capacidades e valores dos seus trabalhadores;
  5. Reduzidas vertentes relacionadas com a actividade equestre de lazer são oferecidas como produtos turísticos comercializáveis;
  6. A maior parte dos passeios equestres comercializados são oferecidos por um reduzido número de TT.OO. Especializados, concentrados na Europa (UK) e América do Norte;
  7. Os TT.OO. especializados têm um elevado nível de fidelização dos seus clientes (42%). Os principais sistemas de comercialização são os seus próprios sites; e,
  8. Finalmente, as actividades que geram maior procura são: assistência a espectáculos, passeios a cavalo de um dia, visita a instalações, cursos de equitação, assistência a eventos desportivos e passeios de duração superior a uma semana.

# Turismo Equestre

## Enquadramento

### Sustentabilidade Ambiental

O desenvolvimento do turismo não deve causar mudanças irreversíveis nos ecossistemas dos diversos destinos turísticos

### Sustentabilidade Cultural

Uma comunidade deve ser capaz de manter ou adaptar as suas características culturais perante a cultura do turista

### Sustentabilidade Social

É necessário que uma comunidade tenha capacidade suficiente para receber o turismo

**Turismo Equestre**

### Sustentabilidade Económica

Capacidade de garantir o nível de rendimento económico exigível para que as actividades do sector sejam viáveis

# Turismo Equestre

## Enquadramento

### Distribuição da número de cavalos e população por região

	União Europeia	Estados Unidos da América	Resto do Mundo	Mundo
Número de Cavalos (milhões)	4,4	9,2	21,4	35
População (milhões habitantes)	459	298	5.708	6.465
<b>Número de Cavalos/ Mil habitantes</b>	<b>10</b>	<b>31</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

Fonte: Eurostat

# Índice

- Macro-tendências
- Turismo Equestre
  - Enquadramento
  - Caracterização do Turismo Equestre
  - Perfil do Turista
- Casos Internacionais
- Vantagens Competitivas de Portugal no Turismo Equestre

# Turismo Equestre

## Caracterização do sector

### Mercado Genérico

- Turismo de Sol e Mar;
- Turismo Urbano; e,
- Turismo Rural e de Natureza.

### Segmentos Específicos

- Turismo de Reuniões;
- Turismo de Golfe;
- Turismo Náutico;
- Turismo de Neve;
- Turismo Activo;
- Turismo de Saúde e Bem-Estar;
- Turismo Gastronómico
- **Turismo Equestre**; e,
- Turismo Linguísticos.

# Turismo Equestre

## Caracterização do sector



# Turismo Equestre

## Caracterização do sector

### Turismo Equestre

#### Turismo a Cavallo

- Práticas de lazer relacionadas com a aproximação ao mundo equestre.

#### Produtos

- Percursos a cavalo
  - Passeios;
  - *Trekking*;
- Cursos de equitação
  - Gerais;
  - Específicos;
- Estadias hípicas
- Outras actividades: jogos, caça.

#### Turismo do Cavallo

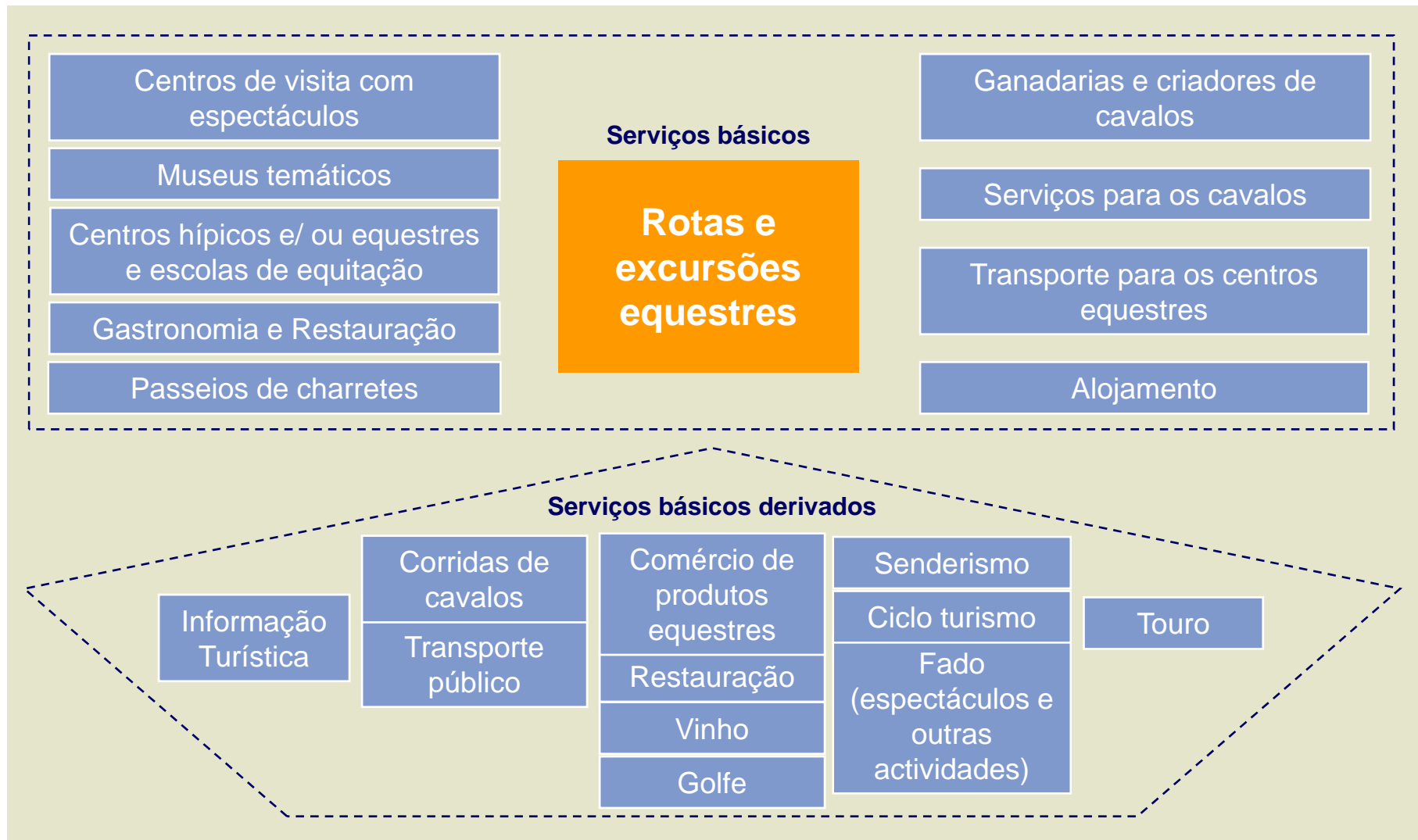
- Produtos e serviços relacionados com as novas tendências de lazer activo e de contacto com a natureza.

#### Produtos

- Participação em exposições
- Visitas a exploração de criação
- Desportos hípicos
  - Modalidades Olímpicas (Salto de obstáculos, adestramento clássico)
  - Desportos singulares (corridas a cavalos, pólo, caça a cavalo)
- Eventos (Festas populares, Salões equestres, Demonstrações equestres)

# Turismo Equestre

## Caracterização do sector



# Índice

- Macro-tendências
- Turismo Equestre
  - Enquadramento
  - Caracterização do Turismo Equestre
  - Perfil do Turista
- Casos Internacionais
- Vantagens Competitivas de Portugal no Turismo Equestre

# Turismo equestre

## Perfil do turista

### Idade/ Sexo

- Idade média oscila entre os 25 e os 50 anos;
- Maior presença feminina nas disciplinas desportivas equestres;
- Baixa presença dos segmentos infantil e juvenil;

### Nível sócio - económico

- Nível de formação médio e médio-alto;
- Nível de rendimento disponível médio-alto e alto;
- Despesa média elevada, sobretudo no que respeita aos jogadores de pólo;

### Estadia média

- Estadia média pode variar de 1 dia (visitas a feiras ou exposições) e 15 dias (cursos hípicas);

### Motivações

- Atracção pelos cavalos;
- Interesse pela cultura popular e equestre de um país / região;
- Aprendizagem de disciplinas equestre;
- Interesse em descobrir zonas de uma perspectiva distinta (a cavalo);
- Gosto pelos desportos equestres (assistir a competições);

### Origem

- São maioritariamente turistas nacionais provenientes de centros urbanos e consumidores do produto turismo rural;
- Crescente importância dos turistas estrangeiros;

# Índice

- Macro-tendências
- Turismo Equestre
- Casos Internacionais
  - O caso Norte-Americano
  - “Argentina a Cavallo”
  - O caso Irlandês
  - *Jerez de la Frontera*
  - Posicionamento Competitivo
- Vantagens Competitivas de Portugal no Turismo Equestre

# Casos Internacionais

## O caso Norte-Americano

- A importância da indústria do cavalo na economia dos EUA:
  - **9,2 milhões de cavalos existente nos EUA** (3,9 milhões de cavalos eram usados especificamente para fins recreativos (42% do total); 2,7 milhões para mostragens e 844 mil corridas);
  - A indústria tem um impacto directo na economia de 38,8 mil milhões de USD e gera de impostos 1,9 mil milhões de USD (1.017 milhões para o estado; 588 milhões para a federação, e 275 milhões de USD para a comunidade local);
  - O emprego gerado directamente pela indústria representa **460.000 postos de trabalho** (FTE) e mais **1,4 milhões de FTE's indirectamente** (0,7% da população total).



Emprego	Directo	Total
Corridas	146.625	383.826
Actividades recreativas	128.324	435.082
Mostragens	99.051	380.416
Outras	79.612	212.010
<b>Total</b>	<b>453.612</b>	<b>1.411.333</b>

Fonte: Deloitte  
Ano: 2006

# Casos Internacionais

## “Argentina a Cavalos” (boas práticas de administração pública)

### Objectivos do Projecto

- **Promover a figura do cavalo** como eixo do desenvolvimento rural;
- **Recuperar os valores tradicionais** e a riqueza natural do meio campestre; e,
- **Apoiar os produtores agropecuários** na organização de **actividades equestres**.

### Actividades do Projecto

- Desenvolvimento de circuitos de tradição equestre:
  - Elaborar uma agenda de eventos;
  - Criar uma rede de artesãos promovendo o seu trabalho em exposições; e,
  - Promoção institucional do produto.
- Incentivo a novos cavaleiros:
  - Organização e difusão de circuitos equestres;
  - Integração de produtos agropecuários em circuitos turísticos;
  - Criação de normas de qualidade e segurança.

Fonte: Ministério da Economia e Produção da Argentina - Programa Nacional de Turismo Rural

# Casos Internacionais

## O caso Irlandês

- A Fáilte Ireland – definiu em 2007 uma nova estratégia para desenvolver o turismo equestre com o **objectivo de passar de 37.000 visitantes estrangeiros para 250.000 até 2015**;
- As principais recomendações resultantes do estudo foram:
  - **Utilizar a imagem irlandesa além fronteiras como “*Land of The Horse*”**, tirando partido das vantagens que essa imagem poderia trazer em termos de marketing e conseguir disseminá-la de uma forma transversal por todas as agências irlandesas; e,
  - Desenvolver um sistema de **categorização dos centros equestres do ponto de vista turístico**, de forma a que os turistas tenham uma clara percepção das características de cada um desses centros e como eles podem satisfazer as suas necessidades.

# Casos Internacionais

## *Jerez de la Frontera (Espanha)*

### 4 eixos do “*Plan de Iniciativa del Turismo Sostenible*”

#### Turismo Enológico

- “Rotas de Vinho”

#### Turismo Cultural

- Riqueza Patrimonial
- Flamenco

#### Turismo Equestre

- Real Escola Andaluza de Arte Equestre

#### Turismo Desportivo

- Circuito de velocidade

- **Fomento de grandes eventos hípicas de nível nacional e internacional;**
- **Criação de um organismo específico para a promoção do turismo equestre;** e,
- **Medidas para “educar” os cidadãos (semana verde).**

- **Sector privado:** Debates sobre a planificação (planeamento de problemas e necessidades);
- **Administração pública:** Informar e incentivar a participação dos empresários do sector.

# Índice

- Macro-tendências
- Turismo Equestre
- Casos Internacionais
  - Norte-Americano
  - “Argentina a Cavalo”
  - O caso Irlandês
  - *Jerez de la Frontera*
  - Posicionamento Competitivo
- Vantagens Competitivas de Portugal no Turismo Equestre

# Casos Internacionais

## Posicionamento Competitivo

Turismo Do Cavalo	Irlanda (Mid-West)	Jerez de la Frontera	Cheshire	Golegã	França <sup>(1)</sup>
<b>Eventos</b>					
Eventos Equestre	4	3	4	2	5
<b>Recursos Equestres</b>					
Nível de exploração turística de coudelarias	3	4	1	2	3
Nível de exploração turística de corridas de cavalos	5	1	3	1	3
Museus equestres	1	5	1	4	5
Instalações para espectáculos	2	5	2	3	4
<b>Feiras e Mostras Comerciais</b>					
Feiras e Mostras	3	4	3	4	5
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>25</b>
<b>Média</b>	<b>3,00</b>	<b>3,67</b>	<b>2,33</b>	<b>2,67</b>	<b>4,17</b>

(1) Dados médios nacionais;

(2) Estimativas baseadas em dados nacionais e regionais em comparação com a média da U.E., segundo dados do estudo Equus 2001;

(3) Avaliação onde se contemplou o âmbito geográfico da influência mais próximo;

# Casos Internacionais

## Posicionamento Competitivo

Turismo A Cavallo	Irlanda (Mid-West)	Jerez de la Frontera	Cheshire	Golegã	França <sup>(1)</sup>
<b>Enraizamento do sector equestre</b>					
Número estimado praticantes/média U.E. <sup>(2)</sup>	4	3	5	3	4
Número estimado de cavalos/média U.E. <sup>(3)</sup>	4	3	4	4	4
Nível de enraizamento social do cavalo	5	3	4	5	5
<b>Cenário/ Paisagem</b>					
Recursos herdados <sup>(3)</sup>	5	3	4	4	5
Medidas e políticas de preservação	4	2	5	3	4
<b>Acessibilidade Equestre</b>					
Existência e preparação de caminhos equestre	4	2	4	3	5
<b>Oferta Hoteleira</b>					
Oferta hoteleira especializada	3	0	4	2	5
<b>Centros equestre</b>					
Lista de centros/ média U.E. <sup>(2)</sup>	4	3	4	3	5
Sistemas de standardização	4	3	5	3	5
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>22</b>	<b>39</b>	<b>20</b>	<b>42</b>
<b>Média</b>	<b>4,11</b>	<b>2,24</b>	<b>4,33</b>	<b>3,33</b>	<b>4,67</b>

(1) Dados médios nacionais;

(2) Estimativas baseadas em dados nacionais e regionais em comparação com a média da U.E., segundo dados do estudo Equus 2001;

(3) Avaliação onde se contemplou o âmbito geográfico da influência mais próximo;

Fonte: Projecto Pegaso - 2006

# Casos Internacionais

## Posicionamento Competitivo

Genéricos	Irlanda (Mid-West)	Jerez de la Frontera	Cheshire	Golegã	França <sup>(1)</sup>
<b>Formação especializada</b>					
Programas de turismo equestre específico <sup>(3)</sup>	3	3	4	4	5
Programas genéricos do sector equestre <sup>(3)</sup>	5	4	3	4	5
<b>Produtos turísticos</b>					
Produtos de turismo equestre	4	3	3	3	5
<b>Sistemas de comercialização de turismo equestre</b>					
Sistemas/ Ferramentas de comercialização	5	2	4	3	5
<b>Informação equestre no destino</b>					
Existência de informação específica	4	3	4	4	4
<b>Política de marca para o turismo equestre</b>					
Marcas turísticas equestres	4	2	3	4	5
<b>Acessibilidade turística</b>					
Conectividade (nacional e internacional) <sup>(3)</sup>	5	4	5	3	5
<b>Afluência de segmentos complementares</b>					
Segmentos complementares	4	5	4	3	5
<b>Organizações equestres</b>					
Organização/ estrutura associativa equestre	4	2	4	3	5
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>28</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>44</b>
<b>Média</b>	<b>4,22</b>	<b>3,11</b>	<b>3,78</b>	<b>3,44</b>	<b>4,89</b>

# Casos Internacionais

## Posicionamento Competitivo

### Posicionamento por Comparação de Modalidades

Genéricos	Irlanda (Mid-West)	Jerez de la Frontera	Cheshire	Golegã	França <sup>(1)</sup>
Do Cavalo	3,00	3,67	2,33	2,67	4,17
A Cavalo	4,11	2,44	4,33	3,33	4,67

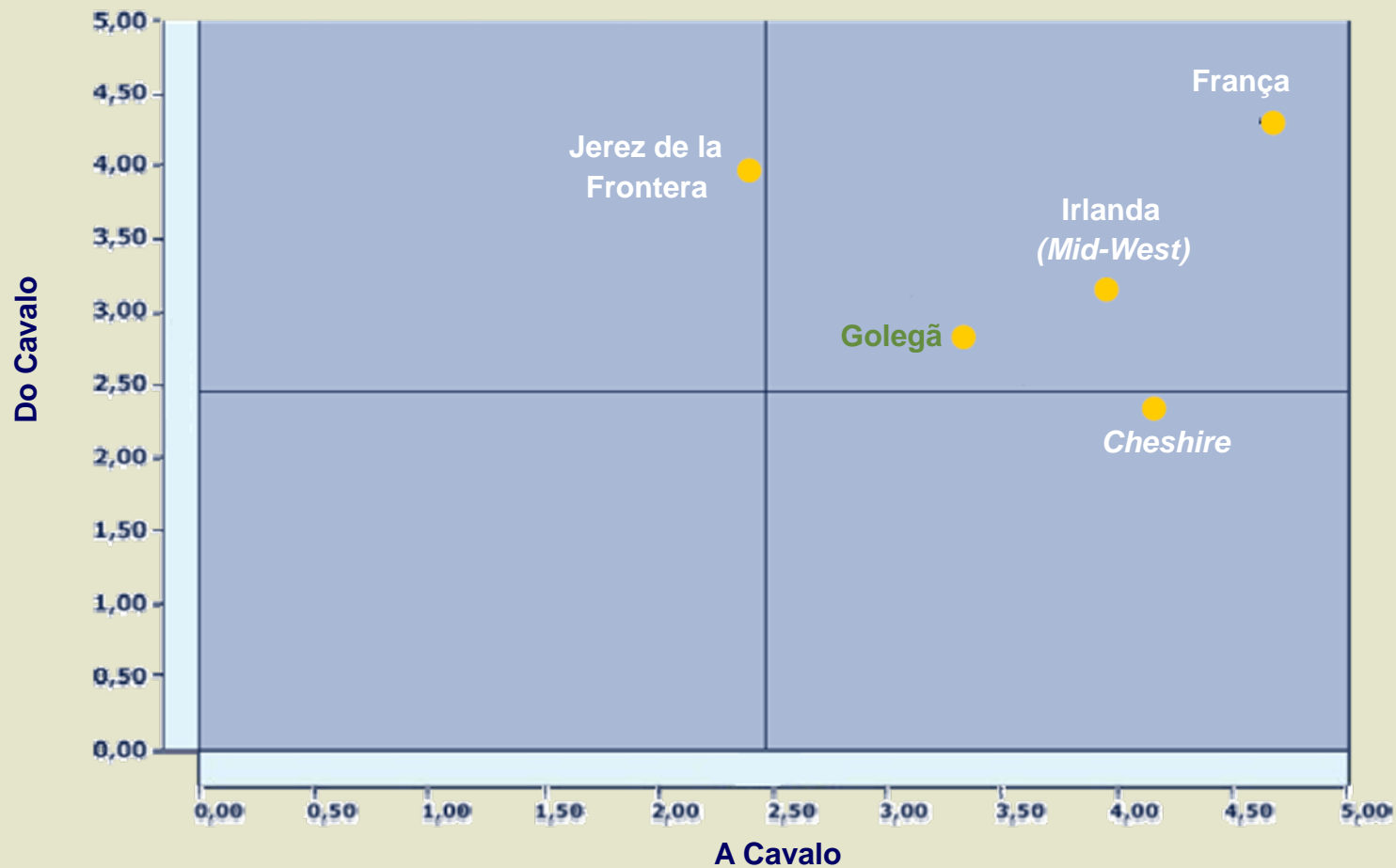
### Posicionamento Global

Genéricos	Irlanda (Mid-West)	Jerez de la Frontera	Cheshire	Golegã	França <sup>(1)</sup>
Do Cavalo	3,61	3,39	3,06	3,06	4,53
A Cavalo	4,17	2,78	4,06	3,39	4,78

# Casos Internacionais

## Posicionamento Competitivo

Posicionamento por Comparação de Modalidades

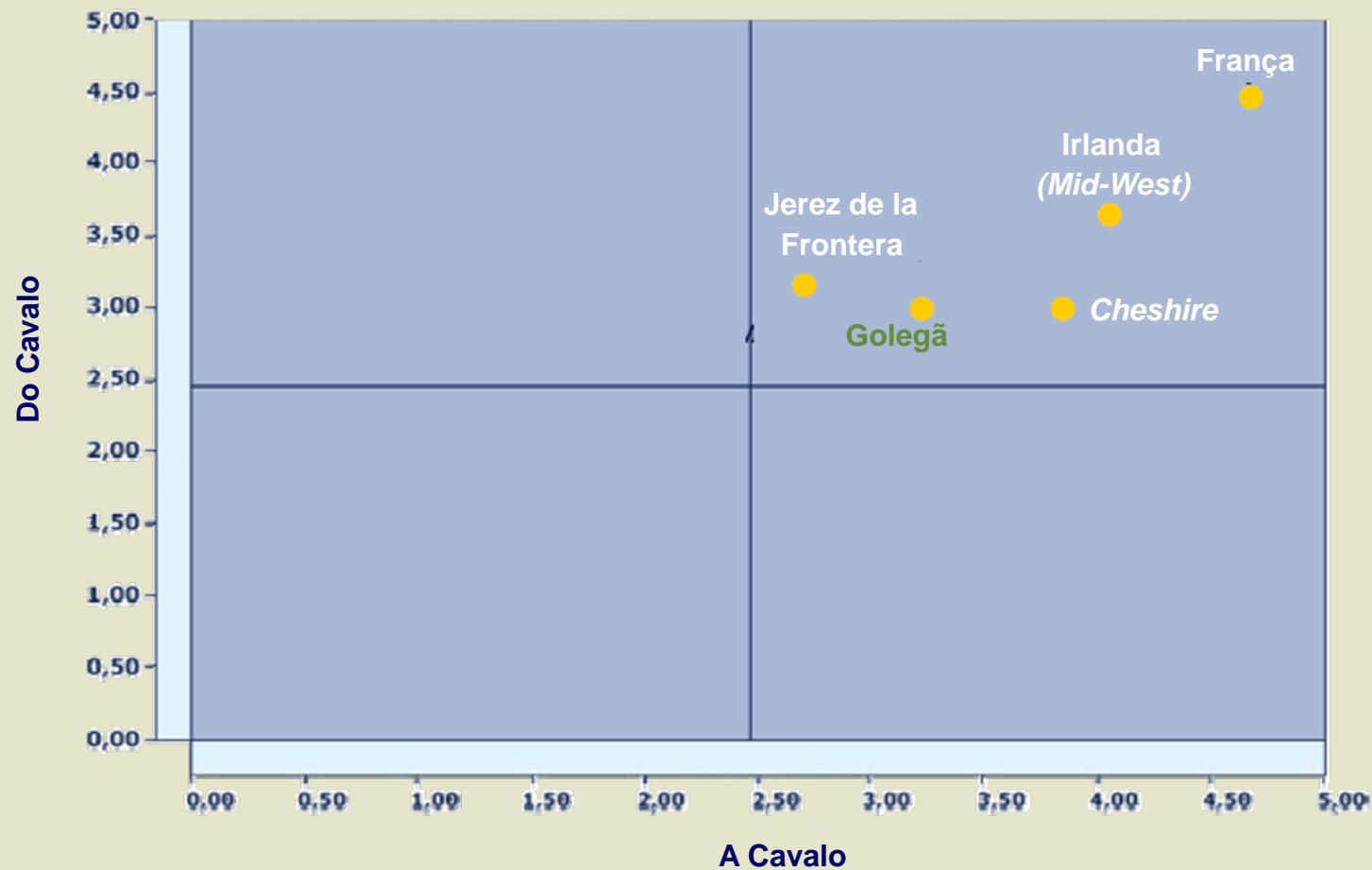


Fonte: Projecto Pegaso - 2006

# Casos Internacionais

## Posicionamento Competitivo

### Posicionamento Global



Fonte: Projecto Pegaso - 2006

# Índice

- Macro-tendências
- Turismo Equestre
- Casos Internacionais
- Vantagens Competitivas de Portugal no Turismo Equestre

# Vantagens Competitivas de Portugal no Turismo Equestre

- **Recursos naturais**
  - Clima;
  - Espaços naturais (Reservas naturais);
- **Proximidade aos principais mercados emissores;**
- **Oferta hoteleira;**
- **Segurança:**
- **Oferta complementar (gastronomia, touros,...);**
- **Infra-estruturas** nomeadamente as acessibilidades;
- **Tradições históricas e culturais;**
- **Criação de cavalos valorizados e reconhecidos em todo o mundo** (Puro Sangue Lusitano, Sorraia e Puro Sangue Árabe);



Ir mais longe nos negócios é muitas vezes,  
*inventar um novo salto*

Consulting by Deloitte



## Congresso Internacional de Turismo Equestre

“ Uma visão Global sobre o Turismo Equestre “

Alter do Chão, 16 de Maio de 2008

Audit.Tax.Consulting.Corporate Finance.



## Lisboa

Edifício Atrium Saldanha  
Praça Duque de Saldanha, 1 - 6º  
1050-094 Lisboa  
Portugal  
Tel: +(351) 210 422 500  
Fax: +(351) 210 422 950

## Porto

Bom Sucesso Trade Center  
Praça do Bom Sucesso, 61 - 13º  
4150-146 Porto  
Portugal  
Tel: +(351) 225 439 200  
Fax: +(351) 225 439 650

## Luanda

Rua Engº Costa Serrão, nº 13  
Luanda  
República de Angola  
Tel: +(244) 2 391 808 / 391 673  
Fax: +(244) 2 391 972

A expressão Deloitte refere-se a uma ou várias sociedades que operam ao abrigo de um acordo com a Deloitte Touche Tohmatsu, uma Swiss Verein, bem como às suas respectivas representadas e afiliadas. Deloitte Touche Tohmatsu é uma organização mundial de sociedades dedicadas à prestação de serviços profissionais de excelência, concentradas no serviço ao cliente sob uma estratégia global, aplicada localmente em cerca de 140 países. Com acesso a um capital intelectual de aproximadamente 135.000 pessoas no mundo, a Deloitte presta serviços em quatro áreas profissionais – auditoria, impostos, consultoria e assessoria financeira – e a mais de 80 por cento das maiores empresas mundiais, assim como às maiores empresas nacionais, instituições públicas, clientes locais importantes e companhias de sucesso, com rápidas taxas de crescimento global. Os serviços não são prestados pela Deloitte Touche Tohmatsu Verein e, por razões regulamentares entre outras, algumas das sociedades não prestam serviços em todas as áreas.

Como Swiss Verein (associação), nem a Deloitte Touche Tohmatsu nem qualquer das suas sociedades membro assumem qualquer responsabilidade isolada ou solidária pelos actos ou omissões de qualquer das outras sociedades membro. Cada uma das sociedades membro é uma entidade legal e separada que opera sob a marca "Deloitte", "Deloitte & Touche", "Deloitte Touche Tohmatsu" ou outros nomes relacionados.