A photograph showing two riders on horseback from behind, wearing red shirts and black helmets. They are on a paved path leading to an ornate wrought-iron gate. To the left is a white manor house with a tiled roof and a chimney. The background features trees and a clear blue sky with light clouds.

# ITINERÁRIOS DE TURISMO EQUESTRE GUIA DE BOAS PRÁTICAS PARA AGENTES TURÍSTICOS

**portoenorte**<sup>TEM</sup>



touring cultural e paisagístico

# FICHA TÉCNICA

## TÍTULO

Itinerários de Turismo Equestre  
Guia de Boas Práticas para Agentes Turísticos

## EQUIPA TÉCNICA

### COORDENAÇÃO GERAL

Sofia Ferreira - Administradora-Delegada da TPNP

### COORDENAÇÃO TÉCNICA

Agostinho Peixoto - Técnico Superior da TPNP

## EDIÇÃO

Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER

## DESIGN

designLAB  
Nextpower Norte

## FOTOGRAFIA

AKTIVANATURA – Outdoor Adventures

## DATA

fevereiro | 2012

## PARCEIROS INSTITUCIONAIS

Turismo de Portugal, IP  
Turihab – Associação do Turismo de Habitação

## VALIDAÇÃO

Guia de Boas Práticas validado pela  
Federação Equestre Portuguesa.

INTRODUÇÃO	02
<b>1. TERMOS E DEFINIÇÕES</b>	<b>03</b>
<b>2. INFRAESTRUTURAS E SERVIÇOS</b>	<b>06</b>
2.1. Empreendimentos turísticos	06
2.2. Estabelecimentos de Restauração e Bebidas	07
<b>3. SEGURANÇA DO CAVALEIRO E DO CAVALO</b>	<b>08</b>
3.1. Aptidão do cavalo	08
3.2. Número de guias por grupo	09
3.3. Aptidão do cavaleiro	09
3.3.1. Nível do cavaleiro	09
3.3.1.1. Cavaleiros Independentes	09
3.3.2. Normas de bom comportamento	10
3.3.3. Conduta de circulação	10
3.3.4. Seguro para cavalo e cavaleiro	11
3.4. Como proceder em caso de acidente do cavaleiro e/ou do cavalo	12
<b>4. PROFISSIONAIS DO SETOR</b>	<b>13</b>
4.1. Formação	13
4.2. Capacitação profissional	14
<b>5. COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO</b>	<b>15</b>
5.1. Estratégias de comercialização	15
5.2. Modalidades de comercialização	15
5.2.1. O mercado	16
5.2.2. A distribuição	16
5.2.3. O preço	17
5.2.4. A promoção	18
5.2.4.1. Pelos produtores	18
5.2.4.2. Pelos operadores turísticos	18
<b>6. RECOMENDAÇÕES</b>	<b>19</b>
6.1. Mobilizar competências	19
6.2. Práticas a evitar	20
6.3. Vestuário apropriado	20
6.4. Legalização da atividade turística	22
<b>7. BIBLIOGRAFIA</b>	<b>23</b>

## INTRODUÇÃO

O país tem vindo a evidenciar maior consciência da importância do setor do Turismo para o desenvolvimento económico nacional e regional, do papel que o turismo pode desempenhar em termos de criação de emprego e de fixação das populações.

O Turismo afirmou-se nos últimos anos, como um dos setores mais dinâmicos e promissores da economia nacional, registando sucessivos crescimentos dos seus principais indicadores.

Nos dias de hoje a complexidade e diversidade das motivações subjacentes aos movimentos turísticos apontam para o reconhecimento de que o ambiente e o património constituem pontos fundamentais da oferta turística de qualquer país ou região.

A emergência de novos interesses e de um turista mais exigente e informado são realidades que caracterizam o tempo atual. Da evolução do turismo nos últimos anos emerge um requisito indispensável para todos os que pretendem vingar no mercado turístico – ser competitivo.

Mas quando falamos de competitividade não nos referimos apenas à clássica competitividade dos fatores de produção ou à eficácia dos processos de distribuição, mas sim à assunção da qualidade enquanto vetor essencial de qualquer estratégia de desenvolvimento Regional/Rural.

O verdadeiro sentido de uma política norteada pela qualidade reside na satisfação das expectativas, gostos e necessidades dos turistas, a qual, frequentemente, não implicará um aumento de custos, mas melhoria da eficiência.

Esta mudança de atitude fica a dever-se à evolução do perfil do turista, que futuramente privilegiará destinos que lhe proporcionem viagens preparadas à sua medida, com novos serviços e produtos, que satisfaçam a tendência para a individualidade que o mercado mostra.

A procura do turista por locais ambientalmente limpos demonstra que o ambiente tem que ser outro dos aspetos fundamentais em qualquer estratégia de desenvolvimento turístico.

Assim, em defesa da qualidade no turismo terá de haver uma preocupação com o desenvolvimento sustentável, congregando os diferentes agentes turísticos na luta pela salvaguarda do ambiente e dos recursos naturais, na perspetiva de um crescimento económico durável.

Haverá, da mesma forma, que assegurar que o desenvolvimento das atividades turísticas decorra em total respeito pelo património cultural, valorizando-o e contribuindo de forma decisiva para a sua preservação.

No fundo, o sucesso da estratégia de desenvolvimento do turismo no âmbito regional e nacional, passará por uma política de planeamento integrado, em articulação com os outros setores sócio-económicos, contando com um crescente envolvimento das populações, levando-as a participar nos efeitos positivos gerados pela atividade nos planos económico, social e cultural, nomeadamente na criação de emprego e na melhoria dos níveis de qualidade de vida.

O presente Guia, integrado no projeto Itinerários de Turismo Equestre, desenvolvido em parceria com o Turismo de Portugal e a TURIHAB, constitui um contributo relevante na dinâmica, melhoria e diversidade da oferta turística local e regional, e nacional.

Pretende-se que este Guia configure uma ferramenta de mobilização, dos agentes de viagens, operadores turísticos e empresas de animação turística, com vista à criação, promoção e comercialização de itinerários para o Turismo Equestre em Portugal.

Pretende-se, de igual forma, que os demais agentes privados se envolvam neste produto turístico, possibilitando o aproveitamento do território e dos equipamentos existentes - centros hípicas, alojamento, restauração, entre outros.

## 1 . TERMOS E DEFINIÇÕES

Neste Guia aplicam-se os seguintes termos e definições<sup>1</sup> :

**ALOJAMENTO DE EQUÍDEOS** - qualquer instalação onde são mantidos equídeos num sistema de baias ou boxes;

**ACOMPANHANTE DE TURISMO EQUESTRE (ATE)** - É o/a profissional, que no domínio das técnicas e procedimentos adequados, promove e potencializa esta oferta turística bem como prepara, organiza e acompanha os passeios equestres, dentro das normas de higiene, segurança e respeito pelo ambiente.

**BAIA** - uma instalação de alojamento em que os equídeos estão separados por simples antepara, com uma largura mínima adequada e presos à manjedoura;

**BARREIRA SANITÁRIA** - um conjunto de requisitos físicos e de práticas profiláticas que têm por objetivo opor-se à entrada de agentes infecciosos novos numa exploração;

**BIOSSEGURANÇA** - um conjunto de práticas de proteção sanitária relacionadas com as instalações e com o manejo, orientadas para proteger os animais presentes na exploração da entrada, permanência e difusão de agentes de doenças infetocontagiosas e parasitárias;

**BOXE** - uma instalação de alojamento individual, em que os equídeos estão alojados numa unidade, de formato quadrangular, composta por quatro paredes, numa das quais existe uma porta, devendo ter as dimensões adequadas ao equídeo a alojar;

**BURRO** - um equídeo da espécie *Equus asinus* criado com finalidade de preservação do património genético ou fins lúdicos, culturais, pedagógicos, terapêuticos (asinoterapia) ou de trabalho;

**CAMPO DE TREINO** - um campo exterior, destinado ao treino de equídeos com aptidão desportiva, com capacidade para simular as condições reais de uma prova hípica;

**CAVALARIÇA** - instalação na qual são mantidos equídeos de um só detentor tendo em vista a prática de atividades desportivas, de trabalho ou de lazer, podendo incluir campo de treino, paddock ou picadeiro;

**CAVALO** - um equídeo da espécie *Equus caballus* criado com finalidade de preservação do património genético ou fins desportivos, lúdicos, culturais, pedagógicos, terapêuticos (hipoterapia) ou de trabalho;

**CENTRO DE AGRUPAMENTO** - qualquer local, incluindo feiras, mercados, exposições, concursos pecuários e instalações para fins lúdicos, nos quais são agrupados animais da família Equidae provenientes de diferentes explorações, com vista ao seu comércio, recria, desbaste, ensino, abate, exposição ou outras atividades não produtivas;

<sup>1</sup> Os Termos e Definições estão assentes na "Portaria n.º 634/2009", que estabelece as normas regulamentares aplicáveis à atividade de detenção e produção pecuária ou atividades complementares de equídeos.

## . 04 . TERMOS E DEFINIÇÕES

**CENTRO HÍPICO (CH)** - conjunto de instalações diversificadas, incluindo geralmente picadeiro, campo de treino ou paddock, no qual são mantidos equídeos de diversos detentores tendo em vista a prática de atividades desportivas, de ensino, de trabalho, de lazer, terapêuticas ou culturais;

**CIRCUITO TURÍSTICO** - Conjunto de caminhos e visitas que se complementam constituindo um itinerário fechado. Trata-se de uma viagem combinada em que intervêm vários serviços: transportes, alojamento, guia, que se realiza de acordo com um itinerário programado e com um desenho circular sempre que seja possível (o ponto de partida e de chegada serão coincidentes), de modo a que se passe por um caminho anteriormente percorrido.

**COUDELARIA (COUD)** - unidade na qual se procede à reprodução de equídeos registados, devendo o criador respeitar o manejo produtivo e sanitário próprio da espécie, tendo em vista o melhoramento da respetiva raça e a utilização dos animais para diversos fins, designadamente desportivos, lúdicos, culturais, pedagógicos, terapêuticos ou de trabalho;

**CRIADOR** - uma pessoa singular ou coletiva titular do direito de propriedade sobre a fêmea no momento do parto;

**DESBASTE** - um trabalho de preparação e treino de um equídeo com vista a poder ser utilizado e montado;

**EFETIVO EQUÍDEO NÔMADA** - um conjunto de equídeos sem local de permanência fixo, caracterizado por movimentações regulares significativas, deslocando-se pelos seus próprios meios, acompanhando o seu proprietário;

**ENTREPOSTO** - uma instalação na qual os equídeos são agrupados, com o objetivo de constituição de lotes para expedição destinados ao comércio ou para abate, detida por um comerciante;

**EQUÍDEO** - um mamífero solípede selvagem ou domesticado, de todas as espécies compreendidas no género Equus da família dos equídeos e respetivos cruzamentos;

**EQUÍDEOS DE CARNE** - os equídeos destinados a serem conduzidos ao matadouro, diretamente ou após passagem por um centro de agrupamento ou entreposto autorizado, para aí serem abatidos com vista ao seu consumo;

**EQUÍDEOS EM ESTADO SELVAGEM OU SEMISELVAGEM** - aqueles que fazem parte de populações não domesticadas, que habitam determinadas áreas protegidas;

**EQUÍDEO REGISTADO** - um equídeo registado ou inscrito, ou suscetível de ser inscrito, num registo zootécnico ou livro genealógico e identificado pelos meios legalmente previstos, nomeadamente documento de identificação, conforme disposto no Regulamento (CE) n.º 504/2008, da Comissão, de 6 de junho;

**EXCURSÃO** - Viagem organizada em grupo, com regresso ao ponto de origem e incluindo todos os serviços básicos (transporte de pessoas e bagagem, refeições, circuitos turísticos, guia-intérprete, entradas em museus e monumentos, etc.). Tem uma duração igual ou inferior a um dia, não incluindo a componente alojamento.

**FORFAIT** - Nome técnico utilizado para um tipo de Itinerário organizado cujo preço inclui todos os serviços. Dentro deste podemos distinguir:

*FORFAIT PARA A OFERTA* – viagens programadas para serem posteriormente vendidas pelos retalhista.

*FORFAIT PARA A PROCURA* – viagens organizadas à medida do cliente.

**HIPÓDROMO (HIP)** - conjunto de instalações diversificadas, incluindo geralmente picadeiro, campo de treino ou paddock, no qual são temporariamente mantidos equídeos de diversas proveniências e de diversos detentores tendo em vista a prática de atividades desportivas ou culturais, pelo período estritamente necessário à sua realização;

**ITINERÁRIO TURÍSTICO** - Descrição de um caminho especificando os lugares de passagem e propondo uma série de atividades e serviços durante a sua duração. Este caminho pode ser seguido numa viagem entre dois locais distintos, com referências aos vários pontos de interesse turístico que se encontram pelo meio, e que está, em muitos casos, sujeito a um tema específico. De forma a serem seguidos com maior facilidade, os itinerários podem incluir indicações de distâncias e tempos previstos para as deslocações e visitas sugeridas;

**MUAR (MULAS E MACHOS)** - um equídeo híbrido resultante do cruzamento entre as espécies equina e asinina, criado com finalidade zootécnica, cultural, turística ou de trabalho;

**PADDOCK** - um espaço exterior vedado, contíguo ou na proximidade de um alojamento a ele pertencente, onde os equídeos são mantidos isolados ou em grupo;

**PARQUE DE RETENÇÃO** - qualquer instalação de uma exploração de equídeos em sistema extensivo que permita manter e alojar temporariamente equídeos sob vigilância e realizar intervenções sanitárias ou zootécnicas;

**PLANO DE PRODUÇÃO** - um documento no qual se descrevem e registam todos procedimentos de boas práticas orientadas para os desempenhos zootécnicos da exploração, tendo em consideração, nomeadamente, a estrutura do efetivo, o maneio reprodutivo, alimentar e sanitário, e o desenvolvimento de aptidões próprias dos equídeos;

**PERCURSO** - Refere-se apenas ao caminho físico (estradas, ruas, etc.) a ser percorrido entre dois pontos de uma viagem. Está presente em cada um dos tipos de viagem anteriores;

**PICADEIRO** - um recinto vedado, coberto ou descoberto, destinado ao desbaste e treino de equídeos ou ao ensino de equitação;



## . 06 . TERMOS E DEFINIÇÕES

**ROTA** - Sinónimo de itinerários, em sentido restrito, em que a saída e a chegada não são coincidentes no mesmo ponto. O conceito de Rota e Itinerário podem ser considerados sinónimos embora seja de realçar o facto de Rota estar sujeita a um tema ou a uma delimitação geográfica e associada a um percurso dirigido, o qual tem sido usado preferencialmente em termos institucionais e promocionais;

**VIAS DE COMUNICAÇÃO** - todas as vias da rede viária municipal ou nacional de acesso público;

**VISITA** - Deslocação para observação ou participação em qualquer atividade, a um determinado local, turístico ou não, na qual se dá o reconhecimento, exame ou inspeção de um lugar de paragem incluído num itinerário. A visita representa cada uma das paragens que compõem um itinerário.

## 2 . INFRAESTRUTURAS E SERVIÇOS

O turismo equestre necessita de infraestruturas e serviços adequados às necessidades específicas dos cavaleiros e dos cavalos, nomeadamente, no que diz respeito ao alojamento e alimentação. Preferencialmente estes deverão estar próximos de caminhos (acessos) transitáveis a cavalo.

### 2.1. EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Consideram-se empreendimentos turísticos os estabelecimentos que se destinam a prestar serviços de alojamento, mediante remuneração, dispondo, para o seu funcionamento, de um adequado conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares.

Os empreendimentos turísticos podem ser integrados numa das seguintes tipologias:

- a) Estabelecimentos hoteleiros;
- b) Aldeamentos turísticos;
- c) Apartamentos turísticos;
- d) Conjuntos turísticos (resorts);
- e) Empreendimentos de turismo de habitação;
- f) Empreendimentos de turismo no espaço rural;
- g) Parques de campismo e de caravanismo;
- h) Empreendimentos de turismo de natureza.

Apesar de todas estas tipologias poderem oferecer condições de alojamento e alimentação para Cavaleiro e Cavalo e, sobretudo, para Visitantes (Excursionistas/Turistas) que procuram o Produto Turismo Equestre, considera-se o Turismo no Espaço Rural com enquadramento ideal para o apoio aos itinerários.

O turismo equestre é a interação de inúmeros aspetos, por isso o material a utilizar é muito vasto, desde aquele diretamente necessário para a equitação de rota, até ao material comum a todas as práticas de itinerário.



Neste contexto, sempre que esteja prevista a hospedagem do cavaleiro e a permanência do cavalo, as respectivas unidades de alojamento, deverão prever a existência do material de apoio necessário à pernoita de ambos.

De forma a proporcionar as condições mínimas de alojamento para o cavalo, os empreendimentos turísticos devem estar dotados de:

- Padok's amovíveis ou não, e eletrificados;
- 4 boxes;
- Sala de arreios e selas;
- Duche;
- Possibilidade de fornecer rações e feno.

ACONSELHA-SE A DISPONIBILIDADE DE CRAVOS OU UM MARTELO PARA REPARAÇÃO DAS FERRADURAS NO ALOJAMENTO INSERIDO NO ITINERÁRIO.

Aconselha-se, de igual modo, nos pontos de alojamento para cavalos, a existência de:

- Material de ferragem;
- Escovas ou raspadeiras;
- Kit primeiros socorros;
- Números de telefone de emergência.

SE ESTE EQUIPAMENTO NÃO EXISTIR NOS PONTOS DE ALOJAMENTO, DEVE SER GARANTIDO PELO ATE/GTE.

## 2.2. ESTABELECIMENTOS DE RESTAURAÇÃO E BEBIDAS

Para além do alojamento, são necessários serviços de apoio de alimentação para cavaleiros e cavalos que importa salientar. Os estabelecimentos de restauração e bebidas (ERB) podem muito bem desempenhar esse papel.

Os cavaleiros necessitam durante uma excursão/percurso de serviço de restauração (refeições) prestado por estes estabelecimentos, sendo que as refeições devem, sempre que possível, ser ligeiras para o período do almoço.

No que concerne ao jantar, deverá optar-se por refeições que se traduzam em boas experiências gastronômicas, suportadas nos produtos regionais mas com uma preocupação de assegurar uma alimentação equilibrada e saudável.

## . 08 . INFRAESTRUTURAS E SERVIÇOS

As refeições disponibilizadas podem ter características importantes tendentes, por um lado, a satisfazer as necessidades fisiológicas dos cavaleiros, e por outro, a promoção da gastronomia portuguesa, local e regional.

Os estabelecimentos de restauração e bebidas devem proporcionar, de igual forma, as melhores condições de apoio ao cavalo, através da existência do seguinte equipamento e serviço:

- Padok e/ou local de amarração de cavalos;
- Possibilidade de fornecer rações e feno.

DEVEM, DE IGUAL FORMA, PREVER UM POSTE PARA AMARRAR OS CAVALOS, SITUADO NUM LOCAL ACESSÍVEL, SENDO ACONSELHÁVEL UM ESPAÇO INTERIOR OU UM PEQUENO TERRENO CONTÍGUO COM FORNECIMENTO DE ÁGUA E COMIDA PARA OS CAVALOS. A EXISTÊNCIA DE SOMBRA PODE SER IMPORTANTE.

### 3 . SEGURANÇA DO CAVALEIRO E DO CAVALO

Neste Guia considera-se a segurança um elemento imprescindível para desfrutar, com tranquilidade de uma rota a cavalo, pelo que urge conhecer certas normas e comportamentos, de forma a enfrentar e antecipar situações de possível perigo.

#### 3.1. APTIDÃO DO CAVALO

Em primeiro lugar, temos de analisar o cavalo que nos vai acompanhar na rota e sua resposta em certas circunstâncias.

Deve avaliar-se o seu temperamento, a sua reação e comportamento perante determinadas circunstâncias e obstáculos, grau de ensino e o seu comportamento em grupo, por forma a transmitir segurança e conforto ao turista.

Recomenda-se que se aplique o método acima referido a todos os cavaleiros autónomos que façam rotas a cavalo.

Assim, considera-se primordial <sup>2</sup> :

- Cavalos resistentes aos esforços, às inclemências do tempo, e à mudança de alimentação;
- Cavalos são, sem qualquer tipo de doença ou lesão no aparelho locomotor;
- Cavalos equilibrados e serenos de temperamento, que não se esgotem nem percam energia com excesso de atividade, marchem retrotados e que aceitem sem se assustar as situações novas do caminho e o maneio rotineiro de qualquer cavaleiro;
- Cavalo com uma boa forma física;

<sup>2</sup> Equustur – manual europeu de turismo equestre

- Cavalos sociáveis que aceitem trabalhar em grupo e partilhar espaço e alimentos com outros cavalos.

## 3.2. NÚMERO DE GUIAS POR GRUPO

Não existe legislação específica sobre o número de guias necessários para um itinerário equestre em grupo.

No entanto, para o desenvolvimento de um itinerário de turismo equestre seguro e de qualidade, deve haver um número mínimo de ATE/GUIA.

Dependendo do número de participantes, recomenda-se, assim, um guia por cada grupo de 10 adultos.

No caso de menores, deve-se ter em conta a legislação vigente sobre monitores para atividades desportivas. No entanto, aconselha-se:

- 1 ATE/GUIA para grupos de 8 crianças menores de 6 anos;
- 2 ATE/GUIA para grupos de 12 crianças menores de 6 anos.

Em ambos os casos, os grupos devem ser acompanhados por dois coordenadores ou ajudantes. Iguamente, para a realização do itinerário por menores, recomenda-se a autorização escrita dos pais.

## 3.3. APTIDÃO DO CAVALEIRO

### 3.3.1. NÍVEL DO CAVALEIRO

O nível de dificuldade da rota pode ser diverso, assim:

**O cavaleiro** deve comunicar ao ATE/GUIA a sua aptidão equestre para realizar o itinerário proposto.

**O ATE/GUIA** antes de iniciar o itinerário deve fazer um pequeno teste de aptidão a todos os cavaleiros, de forma a avaliar as suas capacidades equestres.

NOTA: NO CASO DE SER UM GRUPO, O ATE/GUIA É O RESPONSÁVEL PELOS ASSUNTOS DE SEGURANÇA ATRÁS REFERIDOS

#### 3.3.1.1. CAVALEIROS INDEPENDENTES

No caso de cavaleiros independentes, especialmente aqueles que fazem itinerários de montanha, é importante que tenham um bom conhecimento do terreno, de modo a assegurar a sua segurança em todas as situações morfológicas e climatéricas. Devem estar atentos, também, de forma particular à meteorologia, e contar com o binómio cavalo/cavaleiro no que à destreza diz respeito.

## 10 . SEGURANÇA DO CAVALEIRO E DO CAVALO

Os cavaleiros independentes devem, de igual forma:

- Informar-se bem do itinerário escolhido e dos horários previstos antes do seu início;
- Ter um kit de primeiros socorros cavaleiro-cavalo e um kit de ferração;
- Levar o telemóvel como medida de segurança;
- Ter os números de telefone de emergência: número de alerta nacional: 112, bombeiros, polícia, serviço de urgências do hospital mais próximo, veterinário;
- Não trotar inclinado no asfalto porque corre o risco de resvalar;
- Nunca galopar sobre o asfalto;
- Estar informado sobre as condições meteorológicas;
- Deve ser obrigatório o uso do toque para todos os cavaleiros;
- Cada cavaleiro deverá levar uma lanterna na execução de percursos ao anoitecer ou noturnos.

### 3.3.2. NORMAS DE BOM COMPORTAMENTO

Considera-se indispensável que todos os cavaleiros que realizem os itinerários equestres, respeitem normas básicas de bom comportamento:

- Solidariedade, ajuda mútua e respeito para com todos os cavaleiros e outros caminhantes;
- Precaução e prudência;
- Zelar pela saúde e condição física dos cavalos;
- Respeito pela natureza e com as propriedades privadas;
- Bom humor em qualquer circunstância;
- Quando o cavaleiro reparar na existência de outros utilizadores do caminho, deve sair a passo, avisar de forma cortês e saudar;
- Manter as distâncias entre os cavalos (1,5 m no mínimo);
- Não espantar o gado trotando ou galopando por um caminho próximo a um prado.

### 3.3.3. CONDUTA DE CIRCULAÇÃO

A conduta de circulação aplica-se aos cavaleiros, destacando-se aqui as principais obrigações:

- Manter-se à direita da via;
- Ultrapassar pela esquerda;
- Não cruzar os carris contínuos;
- Avisar em caso de mudança de direção;
- Respeitar as regras de prioridade nos cruzamentos de caminhos assim como a sinalização;
- Parar antes do "STOP";
- Não estacionar na via pública;
- Ter em conta o "sentido proibido";

- Nas ultrapassagens, depois de se ter certificado de que pode fazê-lo sem perigo, o cavaleiro deve dirigir-se para a esquerda a uma distância mínima de:
  - 0,50 m se se tratar de um veículo;
  - 1 metro se se tratar de um peão, de uma bicicleta, de um ciclomotor, de um animal ou de outro cavaleiro.
- Toda a mudança de sentido que o cavaleiro faça deve ser sinalizada;
- À noite, os cavaleiros devem levar um colete refletor, uma luz branca para a frente e uma vermelha para trás;
- O cavalo deve levar, pelo menos nos membros exteriores da via - para o lado da via - bandas refletoras, de forma a alertar a sua presença aos veículos;
- Não existem disposições gerais sobre a velocidade dos cavalos nos caminhos, mas podem impor-se limitações em certas ordens governativas, autonómicas ou municipais em lugares específicos;
- No pressuposto de existir limitação de velocidade em lugares específicos ou a proibição de passagem em certos caminhos, estas proibições devem estar devidamente sinalizadas, segundo o modelo regulamentar.

Se estes sinais não existirem, não se pode impor qualquer sanção.

### 3.3.4. SEGURO PARA CAVALO E CAVALEIRO

Se estes sinais não existirem, não se pode impor qualquer sanção.

No caso de um centro hípico que desenvolva atividade de turismo equestre, a normativa aplicável exige a contratação de um seguro de responsabilidade civil e um outro de acidentes para todos os clientes.

É obrigatório para profissionais (ATE/GUIA) e aconselhável para os cavaleiros independentes contratar um seguro de responsabilidade civil <sup>3</sup> para a prática de equitação.

O cavalo deve ter seguro de responsabilidade civil.

Se o cavaleiro pratica regularmente a equitação, pode contratar um seguro com periodicidade anual e/ou obter uma licença federativa como praticante, que inclui um seguro de acidentes para cavaleiros. As licenças federativas de cavalos incluem, igualmente, um seguro de responsabilidade civil.

Se a modalidade é praticada ocasionalmente, o centro equestre deve ter uma apólice de seguro que permita a cobertura do cavaleiro durante o período de tempo que dura o percurso e/ou serviço.

<sup>3</sup> As Empresas de Animação Turística e as Agências de Viagens têm por obrigação legal de possuir seguros adequados ao desenvolvimento da atividade.

A APÓLICE DE SEGURO DEVE ESTAR VÁLIDA NO MOMENTO DE REALIZAR O ITINERÁRIO.

### 3.4. COMO PROCEDER EM CASO DE ACIDENTE DO CAVALEIRO E/OU DO CAVALO

A realização de um itinerário equestre deve prever um plano de segurança, que contemple a evacuação de cavaleiros e cavalos e traçado de itinerários alternativos, se possível, para encurtar a rota em caso de emergência.

Deveremos contemplar itinerários que possuam captação de redes de comunicação móveis.

Nos empreendimentos turísticos deve existir uma lista com os números de telefone do centro médico mais próximo e/ou o número de emergência médica, do veterinário, do ferrador e de uma pessoa de referência ao longo da rota, no sentido de dar apoio a cavaleiro e cavalo.

Aconselha-se a realização do curso de primeiros socorros para todos os profissionais ligados à atividade.

Em caso de acidente ocorrido com um terceiro deve recolher-se as provas que permitirão posteriormente determinar as responsabilidades.

Em qualquer caso:

- Perguntar às testemunhas, anotar os nomes e moradas;
- Tomar nota dos nomes e moradas dos autores ou vítimas;
- Anotar o número de matrícula dos veículos implicados.

**É ACONSELHÁVEL A PRESENÇA DE UM AGENTE DA AUTORIDADE DE FORMA A TOMAR CONTA DA OCORRÊNCIA.**

Pode-se utilizar a “declaração amigável”, cujos impressos são fornecidos por todas as companhias de seguros. À falta de impressos, a “declaração amigável” pode ser feita numa simples folha de papel. Não deve incluir qualquer reconhecimento de responsabilidade e deve apenas relatar observações objetivas.

É essencial desenhar o croqui, logo após o acidente. Este croqui deve indicar de forma precisa o “ponto de colisão”. Para isso, convém medir a distância desde o ponto de colisão até ao bordo do passeio e igualmente até aos pontos fixos suscetíveis de permanecer por muito tempo como os pontos quilométricos, casas ou muros, postes de eletricidade, árvores e outros.

No pressuposto de que haja feridos ou mortos, o atestado será feito pelo agente de autoridade. Esta intervenção não impede que se redija um descritivo da ocorrência.

## 4 . PROFISSIONAIS DO SETOR

Em determinados pontos deste Guia realça-se a necessidade de supervisão por parte de um profissional do turismo equestre, principalmente para garantir a segurança do itinerário. Para o prestígio e venda do produto de turismo equestre, é importante contar com profissionais qualificados no setor equestre e turístico.

As agências de viagens e as empresas de animação turística devem dispor de profissionais devidamente qualificados em Turismo Equestre para a realização de itinerários com qualidade de serviço e segurança.

Neste contexto, estas empresas devem possibilitar aos seus profissionais a frequência de ações de formação específica em Turismo Equestre, no sentido de os capacitar para o desenvolvimento desta atividade.

### 4.1. FORMAÇÃO

No que concerne à formação, existem no território nacional diferentes centros que oferecem formação especializada em turismo equestre. Os cursos são variados e com diferentes qualificações, desde a Profissional e Modular até à Superior.

O Acompanhante de Turismo Equestre (ATE) é o primeiro grau de carreira profissional na área do turismo equestre e deve ser capaz de organizar passeios de turismo equestre com uma duração de até dois dias, tendo em conta as normas de segurança e respeito pelo meio ambiente, assim como programas de animação turística relacionados com o mundo do cavalo.

O curso profissional de ATE - Acompanhante de Turismo Equestre <sup>4</sup>, com dupla qualificação, é equivalente ao 10º, 11º e 12º do Ensino geral.

Pode, ainda, encontrar-se na oferta formativa disponível em Portugal o Curso Profissional de Guia de Turismo Equestre (GTE). O GTE deve ser capaz de planejar, gerir e organizar passeios de Turismo Equestre com uma duração de percurso superior a 2 dias.

Está em fase de implementação na oferta formativa nacional, o curso de especialização tecnológica em Guia de Turismo Equestre, permite obter a qualificação necessária para trabalhar no setor. Este curso é ministrado a todos os que concluíram o 12º de escolaridade.

A oferta formativa de nível superior possibilita diferentes saídas profissionais tais como: a gestão de centros hípicas e de criação de gado, o turismo equestre e rural ou a colaboração e/ou assessoria em atividades como a equitação terapêutica ou de competição.

<sup>4</sup> Nível 5.



## 4.2. CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL

De acordo com Federação Equestre Portuguesa, existem os seguintes perfis profissionais:

1. EQUITAÇÃO GERAL
  - Ajudantes de Monitor de Equitação (Grau I)
  - Monitor de Equitação (Grau II)
  - Instrutor de Equitação (Grau III)
  - Mestre de Equitação (Grau IV)
  
2. TREINADORES DE DISCIPLINA
  - Saltos
  - Ensino
  - Concurso Completo de Equitação
  - Atrelagem
  - Equitação Terapêutica e Parolímpica
  - Equitação de Trabalho
  - Horseball
  - Resistência Equestre
  - TREC (Treino de Randonnée Equestre de Competição)
  - TREC Atrelagem
  
3. EQUITAÇÃO DE PLENA NATUREZA – TURISMO EQUESTRE
  - ATE - Acompanhante de Turismo Equestre
  - GTE – Guia de Turismo Equestre
  - Ajudante de Monitor de Plena Natureza (Grau I)
  - Monitor de Plena Natureza (Grau II)
  - Instrutor de Plena Natureza (Grau III)
  
4. EQUITAÇÃO TERAPÊUTICA
  - Auxiliar de Equitação Terapêutica
  - Técnico de Equitação Terapêutica
  - Ajudante de Equitação Terapêutica (Grau I)
  - Monitor de Equitação Terapêutica (Grau II)
  - Instrutor de Equitação Terapêutica (Grau III)
  
5. EQUITAÇÃO DE TRABALHO
  - Ajudante de Monitor de Equitação de Trabalho (Grau I)
  - Monitor de Equitação de Trabalho (Grau II)
  - Instrutor de Equitação de Trabalho (Grau III)
  
6. EQUITAÇÃO DE TRADIÇÃO PORTUGUESA

O mundo equestre é um setor dinâmico e com grande variedade de propostas comerciais. O turismo equestre, numa lógica de diversificação da atividade das agências de viagens e das empresas de animação, bem como, dos centros hípicas, tem potencial de crescimento e desenvolvimento.

## 5 . COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO

O mundo equestre é um sector dinâmico e com grande variedade de propostas comerciais. O turismo equestre, numa logica de diversificação da atividade das agências de viagens e das empresas de animação, bem como, dos centros hípicas, tem potencial de crescimento e desenvolvimento.

A actividade equestre contempla distintas práticas desportivas e turísticas e, por conseguinte, público muito diverso. Este Guia destina-se aos agentes de viagens e profissionais das empresas de animação turística no âmbito da organização do produto e, também, ao cavaleiro principiante e experimentado no âmbito do consumo do produto.

Para alcançar os mercados consumidores potencialmente compradores deste produto é necessário adotar medidas e ações de comercialização que permita atingir esse objetivo.

### 5.1. ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO

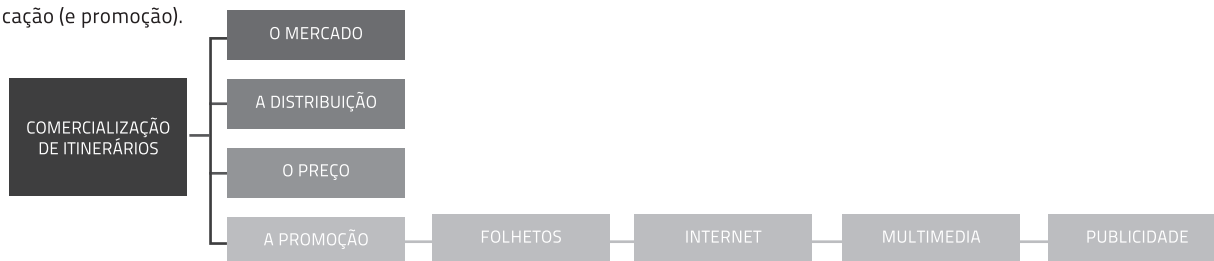
A comercialização não implica apenas a venda do produto, mas sim a atenção ao cliente, a gestão de reservas, solucionar dúvidas e/ou reclamações dos clientes, etc. Para comercializar os produtos dispomos de duas estratégias diferentes embora complementares:

- Venda direta: utilizamos meios próprios para vender os nossos produtos de turismo equestre. Inserido neste grupo encontramos as centrais de reservas e os prescritores;
- Venda indireta: utilizam-se os serviços de intermediários, como por exemplo os agentes de viagens, os operadores turísticos e as empresas de animação turística.

### 5.2. MODALIDADES DE COMERCIALIZAÇÃO

Após a conceção do itinerário, seguem-se duas etapas complementares:

- a comercialização, e
- a comunicação (e promoção).



## . 16 . COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO 5.2.1. O MERCADO

É muito importante conhecer os grandes princípios que presidem aos circuitos de comercialização, que são relativamente complexos.

Os agentes da comercialização podem ser:

- O produtor: reúne e vende um produto finalizado, pronto a ser consumido (deve distinguir-se do “prestador”);
- O operador turístico, que é o grossista: compra diretamente ao produtor ou passa por um intermediário local, a agência receptiva. Podem distinguir-se:
  - operadores turísticos generalistas;
  - operadores turísticos especializados.
- O retalhista, existindo vários tipos a operar no mercado:
  - as agências de viagens independentes.
  - os balcões de venda dos operadores turísticos. A maior parte dos operadores turísticos possui a sua própria rede de distribuição, quer por correspondência, telefone e Internet, quer sob a forma de lojas físicas.
  - estruturas institucionais ou com origem em instituições locais asseguram por vezes a comercialização dos produtos relativos ao seu território (associações turísticas regionais, por exemplo).

Os cavaleiros procuram um lugar apropriado, com infraestruturas de qualidade, um ambiente que corresponda às suas expectativas, bem como organizadores e profissionais à altura, que lhes transmitam confiança, sobretudo ao cavaleiro ocasional.

## 5.2.2. A DISTRIBUIÇÃO

Os itinerários podem ser comercializados segundo uma das seguintes formas:

- Diretamente pelo produtor (venda direta);
- Por um operador turístico especializado;
- Por um operador turístico generalista.
- A venda direta pelo produtor - Esta forma de comercialização é por vezes indispensável a um produtor, dado que permite colocar no mercado produtos que não se enquadram na gama estabelecida pelos distribuidores por diferentes razões. Tem também a vantagem de assegurar um melhor preço de venda ao produtor.

- A venda pelos operadores turísticos - Os operadores turísticos generalistas compram diretamente aos produtores (o que é raro) ou passam por outros operadores turísticos especializados, que desempenham o papel de subcontratantes.

### 5.2.3. O PREÇO

Estabelecer o preço de venda de um produto turístico nem sempre é fácil: o preço é adotado em função do preço de custo do produto, das características da procura e da situação da concorrência.

A primeira coisa a fazer é calcular o preço de custo do produto, integrando diferentes componentes:

- Despesas variáveis, as quais dependem do número de clientes: a restauração ou a alimentação, o alojamento, etc;
- Despesas fixas, qualquer que seja o número efetivo de participantes: a remuneração do acompanhante, o aluguer do veículo, etc.

As despesas de produção, de promoção e de comercialização ocorrem a montante do ato de venda da prestação (ou do produto). Se a comercialização passar por um operador turístico ou por uma agência, estes agentes chamarão a si estas ações. Se os prestadores ou os produtores comercializarem diretamente, não poderão fazer essa economia.

Por último, as despesas de estrutura também fazem parte do preço de custo do produto: por exemplo, comprar um novo computador para elaborar os orçamentos ou as fichas dos produtos.

Uma vez determinado o preço de custo, pode-se pensar no preço de venda. Este corresponde normalmente a uma tabela aplicada em função de diversas variáveis:

- Época alta, média ou baixa;
- Tipo de clientela visada;
- Condições de reserva,
- Outras.

A sazonalidade é um dos fatores que mais influencia a variação dos preços dos produtos turísticos. As épocas (alta e baixa) são, normalmente, indicadas nas brochuras e apresentam diferentes características, principalmente no que diz respeito aos preços.

- A época alta caracteriza-se pelas datas mais populares, normalmente aquelas que ocorrem durante férias escolares para o mercado das famílias. São frequentemente vendidas a um valor mais elevado. Esta poderá variar de acordo com diferentes tipos de férias: Carnaval, Páscoa, Natal, verão.
- A época baixa, representada pelas datas mais acessíveis, é normalmente, aquela em que a procura é mais reduzida, o que poderá suceder durante os meses de inverno.

## . 18 . COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO

A margem prevista pode variar em função das necessidades e dos objetivos do agente econômico: criar um novo mercado, aumentar o volume de negócios, remunerar melhor o seu trabalho, etc. Na definição do preço de venda intervêm também apreciações sobre os níveis de preços aceitáveis pela clientela e sobre o posicionamento em relação à concorrência.

### 5.2.4. A PROMOÇÃO

Este Guia preconiza a qualidade de informação relativa ao serviço a prestar aos vários públicos consumidores.

Aconselha-se a organização de informação específica e generalista que pode incluir: mapa dos itinerários e os níveis de dificuldade, as propostas turísticas (restaurantes, lugares turísticos), uma ficha técnica do(s) centro(s), apresentação dos seus profissionais, infraestruturas, cavalos, etc, e tudo o que se considere de interesse para a conceção de materiais de comunicação atrativos.

#### 5.2.4.1. PELOS PRODUTORES

Para a venda direta, os principais instrumentos de promoção à escala de um produtor são um bom ficheiro de clientes e a Internet.

Uma boa medida para os produtores começarem é organizarem-se em rede ou em associação a fim de, por um lado, apresentarem uma verdadeira gama de produtos aos operadores turísticos e, por outro, construírem e otimizarem uma estratégia de promoção dos produtos.

As feiras promocionais de turismo, de cariz nacional ou regional, constituem igualmente uma excelente plataforma de divulgação da oferta deste produto.

#### 5.2.4.2. PELOS OPERADORES TURÍSTICOS

Cada operador turístico desenvolve a sua estratégia de promoção e de comercialização.

Existem dois elementos subjacentes às estratégias de promoção:

- Recorrer à sedução, utilizando as imagens correspondentes à função social do percurso: também se “vendem” sonhos, o imaginário... Isto significa catálogos muito cuidados, ricos em fotografias que façam sonhar nas paisagens ou populações encontradas;
- Valorizar os serviços destinados mais especificamente aos intervenientes (transferência das bagagens para caminharem sem peso, etc.).

A comunicação e promoção de um itinerário pode assumir várias formas, designadamente:

- Folhetos – Os folhetos, desdobráveis ou flyers constituem o meio de comunicação por excelência dos itinerários turísticos, sendo que o público se encontra habituado a obter e analisar a informação através deste meio. Normalmente apresentam a descrição do itinerário, a identificação e contactos das entidades promotoras, o preço, informação complementada com imagens, mapas e por vezes um slogan apelativo. A sua tradução em diversos idiomas, como o inglês, o francês ou o castelhano, é também aconselhada.
- Suportes multimédia - A utilização dos suportes multimédia e CD-ROM está muito difundida. Revelam-se um bom contributo pela flexibilidade da sua utilização, pela sua interatividade, pela sua qualidade gráfica e pela importância das informações que podem conter. No entanto, não podem substituir os documentos em papel e funcionam por conseguinte como um complemento.
- Internet e páginas Web - As páginas Web converteram-se num veículo fundamental de promoção junto de diversos tipos de público. Por extensão, a Internet torna-se um veículo fundamental de divulgação e promoção.
- Campanhas publicitárias - As campanhas publicitárias relativas a um território integram cada vez mais os itinerários turísticos na sua imagem, com um efeito de atração. A imprensa regional pode constituir um apoio eficaz quando se pretende alcançar uma clientela de proximidade. Para uma campanha de publicidade, privilegiam-se em geral as revistas especializadas, mais acessíveis e que visam um público específico.

O turismo equestre deve optar por uma imagem contemporânea, moderna e atualizada. É, pois, importante apresentar um produto inovador, profissional e diferenciador.

Os suportes de comunicação no que se refere ao seu conteúdo, devem ser atrativos, dinâmicos e de aspeto contemporâneo, de modo a atrair as pessoas que pretendem praticar o turismo equestre.

## 6. RECOMENDAÇÕES

### 6.1. MOBILIZAR COMPETÊNCIAS

Deve-se propor a utilização de pessoas qualificadas com o título de Acompanhante de Turismo Equestre e/ou de Guia de Turismo Equestre para realização de uma atividade do itinerário ou excursão.

A capacidade para se relacionar com os demais, a pedagogia e a vontade de ir ao encontro do público são fatores imprescindíveis que criarão motivação no cliente. E não há dúvida que o êxito do produto estará, em grande medida, na aptidão das pessoas que trabalharem no centro hípico para criar um ambiente profissional, afável e de qualidade.

## 6.2. PRÁTICAS A EVITAR

Deve-se evitar:

- Criar um produto pelo mero facto de o fazer, sem corresponder a uma expectativa;
- Elaborar um produto “imagem”, sem conteúdo real;
- Oferecer serviços para os quais não tem competência;
- Propor serviços que não ofereçam segurança, sejam efémeros, com dificuldades na hora de concretização da reserva;
- Fixar os preços sem verificar os preços do mercado;
- Acreditar que o produto já está terminado, quando a realidade é que está em permanente evolução.

## 6.3. VESTUÁRIO APROPRIADO

A utilização de vestuário adequado para a prática dos itinerários equestres deve ser antes de tudo confortável e adequado à atividade.

O cavaleiro/a deve tentar vestir, sempre que possível, da seguinte forma:

### CALÇADO

NOTA: É TAMBÉM ADMITIDO CALÇADO DESPORTIVO.



BOTINS



PULAINAS



BOTAS DE PELE



BOTAS DE BORRACHA



## MEIAS PROPRIAS



RECOMENDAÇÕES . 21 .

## CALÇAS DE MONTAR



HOMEM



SENHORA

## VESTUÁRIO

Deve-se vestir camisola confortável e adequada à época do ano.



CASACO DESPORTIVO PARA VARIAS  
ESTAÇÕES DO ANO

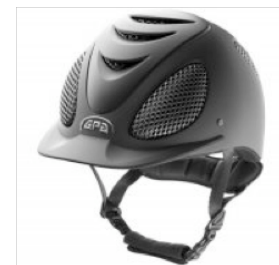


CASACO DE OUTONO/INVERNO

## TOQUE



DE PASSEIO



DE PASSEIO E DESPORTIVO

## 6.4. LEGALIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

As Agências de Viagens e as Empresas de Animação Turística que desenvolvem este tipo de atividade turística de índole equestre, devem estar devidamente registadas no Turismo de Portugal (TP,ip).

Os Centros Hípicos que procederem a realização de itinerários equestres devem constituir-se como empresa de Animação Turística registando-se no TP,ip com todos os direitos e responsabilidades que advém dessa atividade.

Para além disso, os Centros Hípicos devem estar registados na Federação Equestre Portuguesa.

ESPERAMOS TER FIXADO MUITOS DOS FATORES CHAVE PARA SE PODER DESENVOLVER UM PRODUTO PROFISSIONAL, VIÁVEL E DE QUALIDADE, EM CONFORMIDADE COM OS PARÂMETROS ESSENCIAIS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO TURISMO EQUESTRE EM PORTUGAL.

## 7. BIBLIOGRAFIA

. 23 .

Prieto, Julia Gomes et al. (1992) *Rutas y itinerarios turísticos en España*, Madrid, Editorial Síntesis

Picazo, Carlos (1996) *Asistencia y Guía a grupos turísticos*, Madrid, Editorial Síntesis

Puertas, Xavier (2004) *Animación en el ámbito turístico*, Madrid, Editorial Síntesis

Torres, Zilah (2004) *Animação Turística*, 3ª edição, São Paulo, Editora Roca

Manual de Europeo de Turismo Ecuéstre, EQUUSTUR

## WEBGRAFIA

<http://equipeda.info/galop-pleine-nature.html>

<http://www.cavalo-lusitano.com>.

<http://antrec.no.sapo.pt>

<http://www.chevalfrance.org/textes/infos/>

<http://www.equitacao.com>

<http://www.fep.pt>

<http://www.ffe.com/>

[http://www.go.to/cavalo\\_equitacao](http://www.go.to/cavalo_equitacao)

<http://www.horse2buy.fr/encyclopedie-du-cheval/fr/guide-de-tourisme-equestre.html>

<http://www.horseraids.com/index-pt.shtml>

<http://www.universidadedocavalo.com.br/curso.php>

**CONTACTOS:**

**Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER**  
**Delegação do Touring Cultural & Paisagístico e dos Patrimónios**  
Largo de Oliveira – Edifício dos Antigos Paços do Concelho  
4800-438 Guimarães - Portugal  
Tel. +351 253 414185 Fax +351 253 141186  
E-mail . [touring@portoente.pt](mailto:touring@portoente.pt)  
Site . [www.portoente.pt](http://www.portoente.pt)

**Turismo de Portugal, IP**  
Rua Ivone Silva, Lote 6  
1050-124 Lisboa - Portugal  
Tel. +351 21 1140200 Fax +351 21 1140830  
E-mail . [info@turismodeportugal.pt](mailto:info@turismodeportugal.pt)  
Site . [www.turismodeportugal.pt](http://www.turismodeportugal.pt)

**TURIHAB - Associação do Turismo de Habitação**  
Praça da República  
4990-062 Ponte de Lima - Portugal  
Tel. +351 258 741 672 Fax. +351 258 741 444  
E-mail . [info@turihab.pt](mailto:info@turihab.pt)  
Site . [www.solaresdeportugal.pt](http://www.solaresdeportugal.pt)

**TURISMO DE  
PORTUGAL**



TURISMO DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL

**portoente**<sup>TEM</sup>



*Solares  
de  
Portugal*