

O autocaravanismo em Portugal: Contributos para o seu desenvolvimento

MARTA SUSANA GOMES ALMEIDA * [msgalmeida@esec.pt]

EUGÉNIA CRISTINA PEIXOTO GODINHO LIMA DEVILE ** [eugenia@esec.pt]

Resumo | O presente estudo tem como objetivo estudar a modalidade do autocaravanismo em Portugal. Este é uma modalidade de turismo que, apesar de estar em expansão em vários países europeus, é pouco valorizado pelas entidades públicas e privadas do setor do turismo em Portugal e, do ponto de vista da investigação científica, constitui um tópico também pouco explorado. O sucesso da oferta turística em atrair e fidelizar turistas depende do seu posicionamento face às necessidades e desejos do mercado-alvo. Pretende-se assim aprofundar o conhecimento do perfil dos praticantes de autocaravanismo e fornecer um contributo para futuras ações estratégicas de promoção e acolhimento ao autocaravanismo. Para concretizar este objetivo foi aplicado um inquérito a uma amostra de 271 autocaravanistas portugueses, que constitui a base empírica deste estudo. Os resultados obtidos permitiram compreender a importância atribuída a diferentes fatores no processo de decisão associado ao destino e a identificação de motivações subjacentes ao autocaravanismo, bem como analisar o comportamento dos autocaravanistas em relação a práticas no destino. Os resultados mostram a relevância que estes fatores poderão ter em futuras políticas de desenvolvimento desta modalidade, suportadas na sustentabilidade e competitividade dos destinos.

Palavras-chave | Autocaravanismo, Turismo itinerante, Comportamento do consumidor, Motivações do autocaravanista.

Abstract | The present study aims to study the motor caravanning in Portugal. This is a touristic modality that despite being in expansion in several European countries is commonly undervalued by tourism (both public and private) organizations in Portugal. From the point of view of scientific research this also constitutes an unexplored subject. The success of the tourism offer in attracting and retaining tourists depends on its ability in responding to the needs and desires of the target market. This study intends to increase the knowledge on the profile of motor caravanning practitioners, as well to contribute to the design of future strategic actions aimed at promoting and hosting the motor caravanning activity. To achieve this objective a survey was applied to a sample of 271 Portuguese motor caravanning practitioners, which constitutes the empirical basis of this study. Results allowed a deeper understanding about the perceived importance that different factors have in the decision making process associated with choosing a destination and identifying motor caravanning underlying reasons. The behaviour of motor caravanning practitioners regarding the destination was also analysed. Results also show the relevance that these factors may have on future political development of this modality, based on the principles of sustainability and competitiveness of tourism destinations.

Keywords | Tourism motor caravanning, Itinerant tourism, Travel behavior, Motivations of motor caravanners.

* **Licenciada em Turismo** pela Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra.

** **Mestre em Gestão da Informação** pela Universidade de Aveiro. **Professora Adjunta Equiparada** no Departamento de Comunicação e Ciências Empresariais da Escola Superior de Educação, do Instituto Politécnico de Coimbra.