

As viagens turísticas na Estrada Nacional 2: Estudo exploratório**Tourist trips in *Estrada Nacional 2*: Exploratory study****CATARINA FRIAS¹ & CARLOS CARDOSO FERREIRA¹**¹Universidade de Coimbra

Contacting author: catarina-frias@hotmail.com

Palavras-chave | Estrada Nacional 2, Rotas turísticas, Perfil da viagem

Objetivos | Não obstante o assinalável reconhecimento nacional (e mesmo internacional) alcançado pela Estrada Nacional 2 (EN2) enquanto atrativo turístico e propósito de viagem para uma procura significativa, o conhecimento acerca de muitas das dimensões desta realidade emergente é ainda escasso e, frequentemente, fragmentado. A sua condição de itinerário nacional, que percorre 35 municípios e quatro regiões turísticas se, por um lado lhe dá escala para se projetar aquém e além-fronteiras, confere-lhe também dificuldades de governança, inerentes ao facto de ser uma realidade multi-escalar e, acima de tudo, multi-organizacional. Por um lado, a escassez de produção de conhecimento decorre, em grande medida, de uma valorização turística ainda muito recente, à qual só agora a comunidade académica e decisores políticos estão a dar maior atenção. Por outro lado, a presença de entidades multi-sectoriais e multi-territoriais, com agendas próprias e ainda pouco despertas para a desejável coopetição no que diz respeito à gestão da EN2, tem-se traduzido numa relativa autarcia e, assim, na produção de informações dispersas, pouco representativas e com reduzida capacidade de integração e comparabilidade, capaz de gerar as necessárias visões de conjunto de que a EN2 carece. Este estudo procura, precisamente, contribuir para o preenchimento dessa lacuna de informação, tendo como objetivo estruturar uma visão nacional acerca de algumas dimensões pertinentes como sejam o conhecimento que os turistas têm acerca da EN2 e quais as características-chave das viagens por estas realizadas (Fernández, Azevedo, Martín, & Martín, 2020; Mior Shariffuddin, Azinuddin, Hanafiah, & Wan Mohd Zain, 2023; Ahn & Bessiere, 2023).

Metodologia | Para a presente investigação foi realizada uma análise quantitativa dos resultados obtidos a partir de 348 questionários validados. A recolha de dados decorreu de agosto de 2022 a setembro de 2023 com uma amostragem não probabilística realizada, essencialmente, a partir das redes sociais. Da amostra fazem parte 332 questionários respondidos em português; 10 em espanhol; quatro em inglês e dois em francês. A investigação foi realizada com recurso ao software de análise de dados SPSS.

Principais resultados e contributos | Os principais resultados apontam para o facto de 73% dos inquiridos terem realizado a EN2 apenas uma vez. 2022 foi o ano em que estes fizeram maior número de visitas, sobretudo quando nos referimos aos visitantes de primeira viagem.

A maioria dos inquiridos realizou a visita com a família (51%) ou amigos (37%). O motociclo é o meio de transporte mais usado nas viagens pela EN2, com 45% dos visitantes a referirem terem já usado esse meio de transporte nas suas deslocações, logo seguido do automóvel com 42% das preferências. No que se refere ao alojamento, os visitantes demonstraram preferir os hotéis (56%) ou alojamentos locais (49%), sendo os parques de campismo a terceira opção mais considerada (24%).

No que respeita ao conhecimento acerca das regiões turísticas por onde passa a EN2, este é parcial/fragmentado em todas as regiões abrangidas – Porto e Norte; Centro; Alentejo e Algarve. A respeito das regiões e do número de dias que os visitantes passam em cada uma delas, a média situa-se em 2 dias para todas as regiões, com exceção do Algarve, onde a média é de um dia. De salientar ainda que, quando se consideram eventuais desvios à rota da EN2, todas as regiões, com exceção da região Centro “ganham” mais um dia de visita.

As redes sociais são, para 49% dos visitantes, o meio privilegiado para procurar informação acerca da EN2, seguindo-se os motores de pesquisa e os vlogues/blogues. A informação institucional revela-se também “importante”, enquanto as agências de viagem se situam no extremo oposto, sendo predominantemente classificadas como “nada importantes”. Para terminar, o estudo revelou que os gastos efetuados durante a visita à EN2 são essencialmente realizados com o alojamento, seguindo-se a deslocação e a alimentação/bebidas.

Limitações | O estudo apresenta duas principais limitações. Por um lado, a amostragem não probabilística, que restringiu o número de respostas a visitantes da EN2 que deram testemunho da viagem nas redes sociais. Por outro lado, na análise de dados foram apenas considerados dois grupos de questões de entre a totalidade dos questionários recolhidos, pelo que não é possível correlacionar os dados obtidos com um perfil de visitante.

Conclusões | A partir dos objetivos de estudo propostos, os resultados apresentados permitem, em traços muito gerais, perceber alguns dos comportamentos do visitante de EN2, nomeadamente no conhecimento que têm sobre a Estrada em cada uma das regiões turísticas que atravessa. Além disso, o estudo revelou que, regra geral, a visita à EN2 é pretexto para visitar outros locais nas imediações da estrada. O tipo de alojamento, meio de transporte, com quem realizam a viagem e os principais gastos também revelaram informações importantes para a gestão da Rota da EN2. Por último, de salientar a importância das redes sociais no conhecimento que os visitantes têm da EN2.

Referências

- Ahn, Y.-j., & Bessiere, J. (2023). The Relationships between Tourism Destination Competitiveness, Empowerment, and Supportive Actions for Tourism. *Sustainability*, 15, 1-16.
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas - vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25, 71-79.
- Denstadli, J. M., & Jacobsen, J. S. (2011). The long and winding roads: perceived quality of scenic tourism routes. *Tourism Management*, 32, 780-789.
- Fernández, J. S., Azevedo, P. S., Martín, J. M., & Martín, J. R. (2020). Determinants of tourism destination competitiveness in the countries most visited by international tourists: Proposal of a synthetic index. *Tourism Management Perspectives*, 33, 1-13.
- Flognfeldt jr., T. (2005). The tourist route system - models of travelling patterns. *Belgeo - Revue belge de géographie*, 1-2, 35-58. <https://doi.org/10.4000/belgeo.12406>
- Hardy, A. (2003). An investigation into the key factors necessary for the development of iconic touring routes. *Journal of Vacation Marketing*, 9(4), 314-330.
- Lew, A. A. (1991). Scenic roads and rural development in the U.S. *Tourism Recreation Research*, 16(2), 23-30.
- Lew, A., & McKercher, B. (2006). Modeling tourist movements: a local destination analysis. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 403-423.
- McClymont, H., & Prideaux, B. (2007). Drive Tourists: who are they, what do they do and how do we attract them? *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 6(2), 115-129.
- Mior Shariffuddin, N. S., Azinuddin, M., Hanafiah, M. H., & Wan Mohd Zain, W. (2023). A comprehensive review on tourism destination competitiveness (TDC) literature. *Competitiveness Review*, 33(4), 787-819.