

GLAMPING: TENDÊNCIA NA REGIÃO CENTRO DE PORTUGAL

Ana Carolina Carvalho¹

Elsa Ramos²

Manuel Salgado³

Resumo:

O ato de viajar tornou-se bastante acessível para todos os grupos sociais, o que refinou os motivos que levam cada vez mais pessoas a viajar e, nesta senda, o grande desafio é conseguir criar atividades turísticas que sejam compatíveis com os princípios e objetivos do desenvolvimento sustentável no que toca à sustentabilidade ambiental, ao desenvolvimento local e à qualidade de vida.

O glamping surge como uma nova tipologia de campismo com glamour, com oferta de conforto físico e estético, sendo este mais luxuoso face ao campismo tradicional. Esta tipologia está associada ao Turismo de Natureza, ao Ecoturismo, ou seja, a um Turismo mais sustentável. A procura está focada na autenticidade, no serviço personalizado e na interação direta com a natureza. A preocupação pela preservação da natureza e por formas de turismo ambientalmente mais responsáveis é outra das características que os clientes procuram no glamping.

O grande objetivo desta investigação foi analisar a conceptualização de glamping, a sua legislação, o crescimento do mesmo em Portugal, com foco na região Centro, e identificar falhas existentes e repensar como ultrapassá-las, contribuindo assim para uma maior compreensão deste tipo de experiência turística.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Legislação, Desenvolvimento Turístico, Turismo de Natureza, Glamping

GLAMPING: A TREND IN THE CENTRE OF PORTUGAL

Abstract:

The act of travelling has become very accessible to all social groups, which has refined the reasons why there are more people traveling, and, in this way, the big challenge is to have the possibility to create tourist activities that are compatible with the principles and

¹ Instituto Politécnico da Guarda. Escola Superior de Turismo e Hotelaria. acadc@outlook.pt

² Instituto Politécnico da Guarda/ TECHN&ART.PT /UDI/IPG. elsaramos@ipg.pt

³ Instituto Politécnico da Guarda/ TECHN&ART.PT /UDI/IPG. manuelsingado@ipg.pt

objectives of sustainable development, in terms of environmental sustainability, local development and quality of life.

Glamping has emerged as a new typology of glamorous camping, offering physical and aesthetic comfort, which is more luxurious than the traditional camping. This type of camping is associated with Nature Tourism, Ecotourism and a more sustainable tourism. The demand is focused on authenticity, personalised service and direct interaction with nature. Concern for the preservation of nature and environmentally responsible forms of tourism are other characteristics that customers are looking in glamping.

The main aim of this research was to analyse the conceptualization of glamping, its legislation, its growth in Portugal, with a focus on the Centro region, and to identify existing shortcomings and rethink how to overcome them, thus contributing to a greater understanding of this type of tourist experience.

Keywords: Sustainability, Legislation, Tourism Development, Nature Tourism, Glamping.

1. INTRODUÇÃO

O glamping surgiu como uma nova tipologia de campismo com mais glamour, com oferta de um conforto físico e estético mais luxuoso face ao campismo tradicional, tornando estas duas abordagens cada vez mais distantes entre si (MacLeod, 2017).

A procura deste tipo de turismo está focada na autenticidade, no serviço personalizado e na interação direta com a natureza. A preocupação pela preservação da natureza e por formas de turismo ambientalmente mais responsáveis é outra das características que os clientes procuram no glamping.

Atualmente, através de publicações nas redes sociais, podemos observar que vão surgindo vários empreendimentos em Portugal, alguns deles com estruturas ligadas ao glamping.

Contudo, esta atividade ainda se encontra numa fase exploratória, visto que, sem ser através de dados fornecidos/publicados pelos empreendimentos, não é fácil identificar o público-alvo, os produtos e serviços/características procurados por um determinado tipo de turista. A tendência mais importante no desenvolvimento do turismo de campismo é a escolha cada vez maior do conceito de glamping (Cerović, 2014).

Neste projeto exploratório começa-se por apresentar conceitos teóricos e, posteriormente, por representar a aplicabilidade dessas teorias nas organizações em geral e nos empreendimentos turísticos, em particular.

Aborda-se o conceito de Parques de Campismo e Caravanismo, e as suas tipologias, mais concretamente em Portugal, visto que é nesta tipologia de empreendimento turístico que se insere o tema central deste projeto, o glamping.

De seguida, aborda-se o tema desenvolvido em Portugal, e as suas variantes, a comunicação destes empreendimentos para o exterior, as parcerias com os bloggers através do uso das redes sociais e através dos avanços das TIC, nos dias de hoje.

Atualmente existem diversas ofertas ligadas ao glamping, seja pela sua tipologia como um complemento da sua oferta, ou seja, existem alojamentos locais com estruturas glamping.

Aliado ao tema, segue o mercado-alvo e as suas motivações. A certificação ambiental, a acessibilidade, o turismo inclusivo, são alguns dos pontos fulcrais para a escolha de um empreendimento, visto que a consciencialização e a preocupação ambiental tem vindo a crescer.

Tanto em Portugal, como no mundo, este tipo de alojamento tem vindo a crescer, e sendo uma novidade, nem sempre as leis se alteram com esse crescimento. Assim, seguem exemplos de leis, tipologias de países como o Brasil e, na Europa, a Espanha, Inglaterra e Holanda.

2. PARQUES DE CAMPISMO E CARAVANISMO

Os parques de campismo são empreendimentos que oferecem aos seus consumidores espaços livres, atividades com contacto direto com a natureza, seja em tendas, bungalows ou mesmo em caravanas. A estadia pode ser de curto ou longo prazo, visto que a atividade de campismo é pouco dispendiosa, comparando com outro tipo de empreendimentos turísticos.

O campismo surge no primeiro grande acampamento nacional em 1908, no Gerês, Jornada Inaugural do Campismo Português. Fundado pelo jornal "Os Sports" em 1937 surge o Clube Português de Campismo Desportivo. Desta iniciativa surgiram em 1944 projetos como a Carta de Campista e a Federação de Campismo Desportivo.

Em 1945 nasce a Federação Portuguesa de Campismo, que se afiliou à Federação Internacional de Campismo e Caravanismo. Contudo, a tutela sofreu alterações em 1967 e, desde aí até aos dias de hoje, é designada como Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal.

Segundo o Decreto-lei n.º 228/2009, de 14 setembro, na Secção IX, as noções principais são dos parques de campismo e de caravanismo em Portugal:

1. São parques de campismo e de caravanismo os empreendimentos instalados em terrenos devidamente delimitados e dotados de estruturas destinadas a permitir a instalação de tendas, reboques, caravanas ou autocaravanas e demais material e equipamento necessários à prática do campismo e do caravanismo.
2. Os parques de campismo e de caravanismo podem ser públicos ou privados, consoante se destinem ao público em geral ou apenas aos associados ou beneficiários das respetivas entidades proprietárias ou exploradoras.
3. Os parques de campismo e de caravanismo podem destinar-se exclusivamente à instalação de um dos tipos de equipamento referidos no n.º 1, adotando a correspondente designação.
4. Nos parques de campismo e de caravanismo podem existir instalações de carácter complementar destinadas a alojamento, desde que não ultrapassem 25

% da área total do parque destinada aos campistas, nos termos a regulamentar na portaria prevista na alínea b) do n.º 2 do artigo 4.º”.

É da competência das Câmaras Municipais o licenciamento destes empreendimentos, de acordo com as leis, dos terrenos, da segurança dos turistas e da população local. O Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF) ajuda no levantamento de questões dos terrenos, se estão em reservas naturais, entre outros trabalhos. Estas informações estão patentes no Decreto-lei n.º 80/2017, de 30 de junho, e nos parques de campismo e caravanismo podem existir instalações destinadas a alojamento, nomeadamente bungalows, glamping, *mobile homes*, na proporção regulamentar na portaria prevista na alínea b) do n.º 2 do artigo 4.º. Estes podem ter gestão pública ou privada.

Existem parques de campismo onde 25% da sua área está destinada para estruturas como bungalows, para campistas que gostem de ter mais conforto ao acampar, na sua maioria são os parques de 3 a 5 estrelas, sejam eles públicos ou privados.

Na última alteração ao RJET, definiu-se pela primeira vez o termo glamping:
"Artigo 19.º

4 — Nos parques de campismo e de caravanismo podem existir instalações destinadas a alojamento, nomeadamente bungalows, mobile homes, glamping, e realidades afins, na proporção e nos termos a regulamentar na portaria prevista na alínea b) do n.º 2 do artigo 4.º"

Contudo, a portaria respetiva nunca foi publicada, pelo que continua a estar em vigor a de 2008 para os parques de campismo e caravanismo, tendo, em regra, de se cumprir com tudo o que está previsto na legislação. Quando existem dificuldades de enquadramento do que se pretende fazer, perante todas as exigências da legislação e se isso se aplicar ao caso, como em qualquer caso de licenciamento de empreendimentos turísticos, pode ser invocada a figura da dispensa de requisitos ou, no limite, solicitar-se ao Turismo de Portugal que o enquadre na legislação "novas tipologias".

Caso não se possa avançar com tudo o que a lei prevê, aqui se apresentam as duas figuras previstas na legislação:

Artigo 21.º

Competências do Turismo de Portugal, I. P.

(...)

d) Enquadrar nas tipologias de empreendimentos turísticos novas realidades de alojamento que surjam no mercado, identificando as regras do presente decreto-lei e respetiva regulamentação que lhes sejam aplicáveis, publicitando o enquadramento no sítio da internet do Turismo de Portugal, I. P."

Artigo 39.º

Dispensas

1 - A dispensa de requisitos exigidos para a fixação da classificação pode ser concedida, nos termos previstos nos n.ºs 2 a 6:

a) Pelo Turismo de Portugal, I. P., no caso dos empreendimentos turísticos referidos nas alíneas a) a d) do n.º 1 do artigo 4.º e na alínea c) do n.º 3 do artigo 18.º; ou

b) Pela câmara municipal, nos demais casos.

(...)

c) Prejudicar ou impedir a classificação de projetos inovadores e valorizados da oferta turística".

Posto isto, é nas regiões Centro e no Alentejo que se concentram maior número de parques de campismo a nível nacional. Segundo o site PORDATA, em 2021 existiam 235 parques de campismo, com capacidade para 191785 campistas.

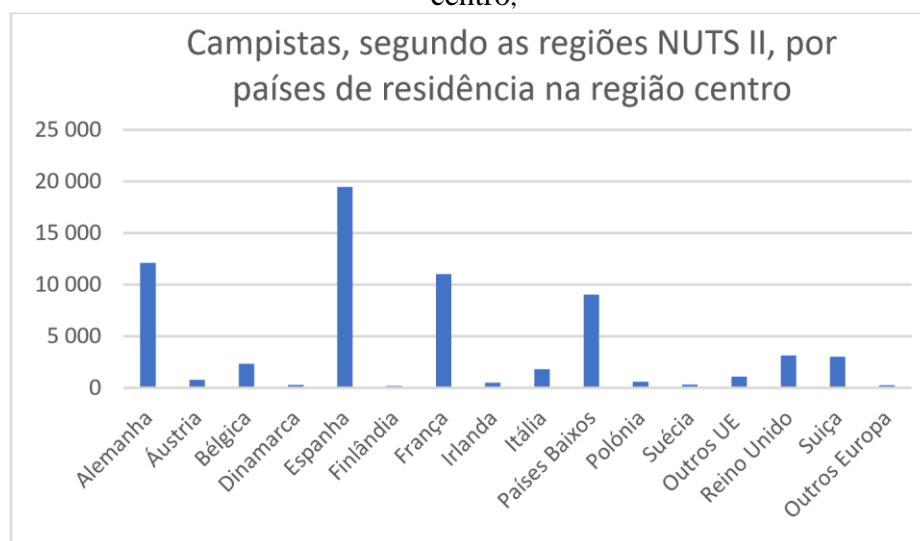
Tabela 1. Parques de campismo por região

| NUTS | Nº de parques | Área do parque (ha) | Capacidade alojamento (nº campistas) |
|------------|---------------|---------------------|--------------------------------------|
| PORTUGAL | 235 | 1084,3 | 191 785 |
| CONTINENTE | ... | ... | ... |
| Norte | ... | ... | ... |
| Centro | 77 | 331,5 | 64 616 |
| AM Lisboa | 23 | 174,8 | 45 258 |
| Alentejo | 42 | 253,8 | 26 599 |
| Algarve | 22 | 139 | 26 559 |
| RA AÇORES | 11 | 7,0 | 1 905 |
| RA MADEIRA | ... | ... | ... |

Fonte: INE, 07 /2021

Através da tabela 1, podemos observar que existem mais parques de campismo na zona Centro e no Alentejo, sejam eles privados ou públicos. Contudo, é a região Centro que tem mais capacidade de alojar campistas. Não é por acaso que é nestas duas regiões que se encontra a maior parte do território rodeado de natureza.

Figura 1. Campistas, segundo as regiões NUTS II, por países de residência na região centro,



Fonte: INE2021

Através do figura 1, constata-se que a Espanha, a Alemanha, a França e os Países Baixos são os mercados que mais procuram Portugal, mais concretamente na região Centro, para acampar. Contudo, segue-se a Bélgica, o Reino Unido e a Suíça, que merecem toda a atenção e análise, e criar estratégias para atrair mais mercados e manter principalmente quem sempre escolheu este destino para o seu tempo de lazer.

Estes dados não são totalmente credíveis se quisermos saber a percentagem que procura o *glamping*, visto que, em Portugal, este ser um tipo de parque de campismo, mas não existe essa distinção nas estatísticas.

3. GLAMPING

O termo *glamping* surge no resultado de aglutinação entre “glamour” e “camping”, ambos termos ingleses. Surge assim uma nova tipologia nos empreendimentos turísticos, aumentando assim a tipologia de oferta turística. Este pode ser considerado como um nicho de mercado ou segmento premium.

Associado ao *glamping* estão os conceitos de Turismo de Natureza, o Ecoturismo e o Turismo de Luxo.

O *glamping* é um produto inovador no sector de alojamento turístico, a atrair mais consumidores que gostam do contacto com a natureza, que querem viver novas experiências, mas que preferem o conforto do lar para pernoitar, adeptos do segmento Turismo de Natureza, da sustentabilidade, amigos do ambiente.

A evolução dos tempos fez com que a procura turística sofresse também alterações. Os turistas procuram cada vez mais empreendimentos fora dos grandes centros, longe de grandes massas humanas. E surge assim o *glamping*, um empreendimento no meio da natureza, associado a novas vivências, novas experiências.

O *glamping* é uma versão mais glamorosa/luxuosa do ato de acampar, seja em tendas, iglôs, domos, normalmente em locais semisselvagens/rurais. Este é o conceito que pretende despertar os sentidos de quem quer viver a experiência, com qualidade.

As experiências em acampamentos confortáveis já existem há décadas, contudo, o campismo com *glamour* aparece por volta de 2005, tendo começado no Reino Unido e na Irlanda, associado a eventos musicais. (MacLeod, Glamping. In L. L. Lowry (Ed.), SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism, 2017).

Este novo conceito foi identificado e estudado como uma solução inovadora suscetível de possibilitar a reestruturação e o desenvolvimento turístico de algumas zonas, onde o património natural tem uma preponderância efetiva (Ituarte, 2015).

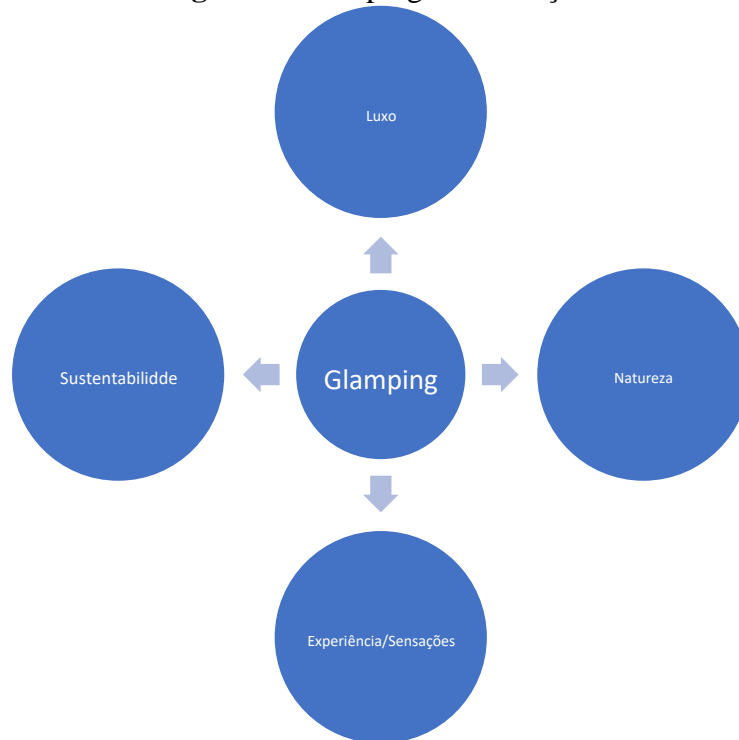
Existem poucos estudos, mas existem muitos conceitos sobre *glamping*, mas este é bastante fácil de se diferenciar doutros empreendimentos, nomeadamente por:

- a. Ter as características de um parque de campismo, através das estruturas de apoio;
- b. Não ser necessário levar material de campismo, visto que a tenda tem tudo incluído para um conforto máximo;
- c. Privacidade, cada tenda tem o seu espaço interior e exterior;

- d. Boas práticas ambientais;
- e. Empreendimento inserido literalmente no meio da Natureza, seja no interior ou no litoral;

O consumidor que procura este tipo de conceito é um turista mais informado, com mais posses, que quer vivenciar novas experiências, que procura a autenticidade, com mais consciência ambiental, disposto a pagar mais pelos serviços.

Figura 2. Glamping e associações



Fonte: própria

Este conceito tem-se destacado bastante nos últimos anos em Portugal, passando de um mercado de nicho para um mercado mais comercial. Este é amigo do ambiente, pois as estruturas não são fixas ao solo, não destroem o solo, sejam tendas, tipis, domos, e são amovíveis, minimizando assim os poucos impactos negativos na paisagem. Por não serem fixas ao solo, é uma mais-valia em caso de incêndios florestais, cheias, situações meteorológicas, visto que estão inseridos no meio da natureza (Figura 2).

A sustentabilidade é o fator que mais motiva os turistas a optar por este tipo de alojamento, visto que podem adquirir novas experiências e sensações diretamente ligadas à natureza.

Estas empresas têm de ter uma visão estratégica para manter a sua taxa de ocupação, visto não ser um simples alojamento de passagem. Através de atividades como pilates, ioga, jacúzis, caminhadas pela propriedade, que se podem usufruir num *glamping*, em qualquer altura do ano.

3.1 Glamping em Portugal

O campismo não é a primeira opção para ir de férias ou simplesmente passar uns dias, contudo, este conceito veio revolucionar o mundo do campismo em Portugal.

Este conceito está a evoluir consideravelmente, tendo cada vez mais procura, seja no interior ou junto à faixa costeira. Com o clima ameno, paisagens ímpares, são alguns pontos cruciais na escolha destes empreendimentos.

A diversidade de alojamentos integrados na natureza é vasta e, devido à pandemia COVID-19, a privacidade de cada um foi reforçada e, juntamente com a sustentabilidade, fazem do *glamping* um atrativo.

Por sair da rotina, glamour no campismo, lembrar as 1001 noites, contacto direto com a natureza, com tranquilidade e longe de grandes massas, este tipo de alojamento está a cativar cada vez mais consumidores para este conceito.

Quase todos os *glampings*, sejam as estruturas tendas safari, domos, casas na árvore, *yurts*, oferecem o pequeno-almoço nas estadias, *wi-fi*, piscina, jacúzi, serviço sempre disponível na cozinha, entre outros.

Tal como em quase todos os empreendimentos, a época alta é nos meses do verão, contudo, como são de ocupação reduzida, conseguem combater a sazonalidade através de atividades, feriados, ou festividades como o Carnaval, Páscoa, Natal ou Ano Novo, ou mesmo festas das aldeias/vilas/cidades onde estão inseridos.

A nível nacional, através da designação comercial, existiriam apenas 3 *glampings* registados de acordo com a lei, como se verifica na tabela seguinte. Contudo, através de várias pesquisas na internet aparecem muitos mais, independentemente do seu registo.

Tabela 2. Parques de Campismo registados até 12/2022

| Tipologia | Designação | Marcas | Classificação | Localização | NUT II | NUT III |
|--------------------|--|--|---------------|-------------------|----------------------------|----------------------------|
| Parque de Campismo | Silver Coast Glamping | Silver Coast Glamping | *** | Alcobaça | Centro | Oeste |
| Parque de Campismo | Soul Glamping | SOUL GLAMPING | | Calheta (Madeira) | Região Autónoma da Madeira | Região Autónoma da Madeira |
| Parque de Campismo | Azenhas da Seda-Glamping & Actividades Aquáticas | Azenhas da Seda-Glamping & Actividades Aquáticas | | Mora | Alentejo | Alentejo Central |

Fonte: RNT

Em 2022, em Portugal, nomeadamente na região Centro, havia 99 parques de campismo. Contudo, registados no Registo Nacional de Empreendimentos Turísticos, RNT, estão apenas 20 parques de campismo. Entre os quais alguns deles já com a tipologia de *glamping*. Estas informações podem ser verificadas na tabela 3.

Tabela 3. Parques de Campismo NUT II registados até 12/2022

| Tipologia | Designacao | Marcas | Classificacao | Estado Classificacao | Capacidade | Localizacao | NUT II | NUT III |
|-------------------------------------|--|-------------------------------------|---------------|---------------------------|------------|-----------------|--------|---------------------------|
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | UXA Paraiso | Uxa Paraiso | | Classificado em projeto | 30 | Penela | Centro | Região de Coimbra |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Parque de Campismo Municipal de Penacova | Eco Camping | *** | Classificado em auditoria | 133 | Penacova | Centro | Região de Coimbra |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Parque de Campismo da Costa Nova | | *** | Classificado em auditoria | 425 | Ilhavo | Centro | Região de Aveiro |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Silver Coast Glamping | Silver Coast Glamping | *** | Classificado em projeto | 15 | Alcobaça | Centro | Oeste |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Valhelhas Camping | Valhelhas Camping | | Por reverter | 440 | Guarda | Centro | Beiras e Serra da Estrela |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Parque de Campismo da Foz do Mondego | | | Por reverter | 500 | Figueira da Foz | Centro | Região de Coimbra |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Parque Campismo do Furadouro | Parque Campismo do Furadouro | *** | Por reverter | 2000 | Ovar | Centro | Região de Aveiro |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Parque de Campismo de Esmoriz | | *** | Por reverter | 703 | Ovar | Centro | Região de Aveiro |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Retiro da Fraguinha | Fraguinha | *** | Por reverter | 250 | São Pedro | Centro | Região Viseu - Dão Lafões |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Land's Hause Bungalows | Landshause | *** | Classificado em auditoria | 308 | Alcobaça | Centro | Oeste |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Bukubaki | Bukubaki Eco Surf Resort | **** | Classificado em projeto | 80 | Peniche | Centro | Oeste |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Casas da Gruta | Grutas de Mira de Aire, SA | *** | Classificado em projeto | 60 | Porto de Mós | Centro | Região de Leiria |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Quinta do Tapadinho Parque de Campismo | Campismo Rural | | Classificado em auditoria | 60 | Tábua | Centro | Região de Coimbra |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Parque de Campismo dos Olhos de Água do Alviela | | | Classificado em auditoria | 90 | Alcanena | Centro | Médio Tejo |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Campismo O Tamanco | | *** | Classificado em auditoria | 140 | Pombal | Centro | Região de Leiria |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Parque de Campismo Rural das Lameiras, Silveiras | | | Classificado em auditoria | 30 | Fundão | Centro | Beiras e Serra da Estrela |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Quinta das Cegonhas | Quinta das Cegonhas | *** | Classificado em auditoria | 195 | Gouveia | Centro | Beiras e Serra da Estrela |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Parque de campismo de Oleiros | camping oleiros | | Classificado em auditoria | 80 | Oleiros | Centro | Beira Baixa |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | PARQUE DE CAMPISMO DE PENACOVA | PARQUE DE CAMPISMO E DE CARAVANISMO | | Classificado em auditoria | 303 | Penacova | Centro | Região de Coimbra |
| Parque de Campismo e/ou Caravanismo | Zaza Camping, Area de Serviço para Autocaravanas | Armazéns Zaza | | Classificado em auditoria | 35 | Almeida | Centro | Beiras e Serra da Estrela |

Fonte: RNT

Segundo estes registos, podemos concluir que não estão inseridos os parques de campismo pertencentes a câmaras municipais como de Arganil, Figueira da Foz, Quiaios, entre tantas outras. A nível de parques de campismo privados existem empresas como a Orbitur, existente na Praia de Mira, ou como parques pertencentes à Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal, que estão na zona Centro do país, com registos inexistentes.

Segundo a lei, e através dos dados da tabela 3, apenas existe registado como parque de campismo de 3 estrelas o *Silver Coast Glamping*. Contudo, através de entrevistas e pesquisas, podemos constatar que, apesar de não ter o termo *glamping* no registo, na tabela 3 também encontramos o Bukubaki, único parque de campismo com 4 estrelas na zona Centro, e o Campismo o Tamanco, com 3 estrelas. São parques de campismo com algumas estruturas ligadas ao *glamping*, diversificando assim a sua oferta.

Contudo, se formos pesquisar na internet, encontramos alguns empreendimentos em que o nome comercial tem *glamping*, e não estão registados como parque de campismo, como Quinta dos Corgos, em que todas as suas estruturas são tendas safari, a Quinta do Rio Alva, B&B e Glamping. Mas questiona-se, podem estes apropriar-se do conceito para se promoverem como *glamping*?

A região Centro é das melhores regiões para este tipo de conceito, visto que existem diferentes projetos, e bastante diferentes entre si, e complementam a oferta na região, desde Natura *Glamping*, com domos na Serra da Gardunha, ao Ohai na Nazaré perto da praia, com outra oferta de estruturas, como tipis ou casas nas árvores.

Esta oferta não é em demasia, nem interfere negativamente na competitividade, visto que são projetos empreendedores, inovadores, que dinamizam toda a região Centro, e não só o local onde estão inseridos, para maior satisfação do turista, superando as expectativas de todos os que participam na atividade turística. Através de pesquisas, pode-se constatar que 80% dos empreendedores em Portugal são de origem estrangeira, que vieram para inovar e diversificar a oferta turística com ideias, vivências, experiências e pensamentos, que trouxeram dos sítios por onde passaram.

3.2 Tipologias

Seja em Portugal ou no resto do mundo, existem vários tipos de alojamento dentro do conceito de *glamping*, sendo a tipologia mais comum: cúpulas, tendas safari, domos, *eco lodges*, cabanas, *yurts*, tipis, casas nas árvores, roulotte, caravanas, autocarros, e outros tipos de alojamento de *designs* inovadores.

Estas unidades recorrem a técnicas de energia alternativas e sustentáveis, construções ecológicas com o menor impacto ambiental possível. Contudo, cada país tem estruturas mais adaptadas ao clima, ao solo, e meio envolvente, para tirar maior proveito dos recursos naturais, como o sol, o vento, entre outros atributos.

Como referido anteriormente, existem várias tipologias de alojamento no *glamping* e, em Portugal, podemos encontrar empresas que fazem várias das estruturas usadas, tal como a *Glamping Revolution*. Esta empresa desenha, fabrica e instala as estruturas nos locais pedidos.

As estruturas (tendas, tipis, domos...) são feitas para serem habitadas em qualquer estação do ano, têm aquecimento, ar condicionado, etc. Em alguns destes empreendimentos existem jacúzis e piscinas de água quente, o que faz com que mesmo em estações mais frias, os consumidores possam usufruir de experiências diferentes, em qualquer época do ano, mas com mais privacidade, por haver menos procura. Assim sendo, em Portugal podemos encontrar as seguintes estruturas:

- a) Tendas Safari

Figura 4. Tenda Safari, Quinta dos Corgos



Fonte: Própria

b) Domos/Cúpulas

Figura 5. Domos, Natura Glamping



Fonte: Própria

c) Casa da árvore

Figura 6. Casas da árvore, Encostas do Côa



Fonte: Própria

d) Tipi

Figura 7. Tipis, Mira Lodge Park



Fonte: Própria

e) Yurt

Figura 8. Yurt, Vale do Rossim Eco Resort



Fonte: Própria

f) Eco lodges

Figura 9. Eco Lodges, fonte: BukuBaki



Fonte: Própria

4. COMUNICAÇÃO

Como podemos observar no gráfico seguinte, a procura tem variações, tendo picos como em fevereiro, março, abril, julho, agosto, setembro e outubro. Deve-se às festividades mencionadas, ou a feriados e pontes a elas associadas, e às férias de verão.

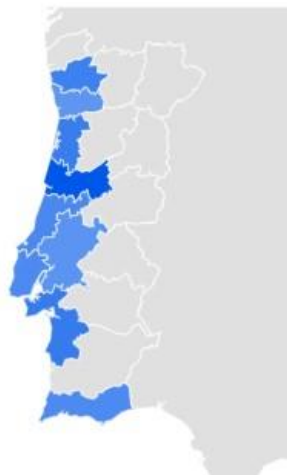
Figura 10. Glamping em Portugal



Fonte: Google Trends

Em relação às pesquisas por região, e através da figura 10, pode-se constatar que a faixa costeira lidera, em relação ao interior de Portugal. Contudo, é nestas regiões marcadas a azul que está a maioria dos empreendimentos turísticos ligados ao *glamping*.

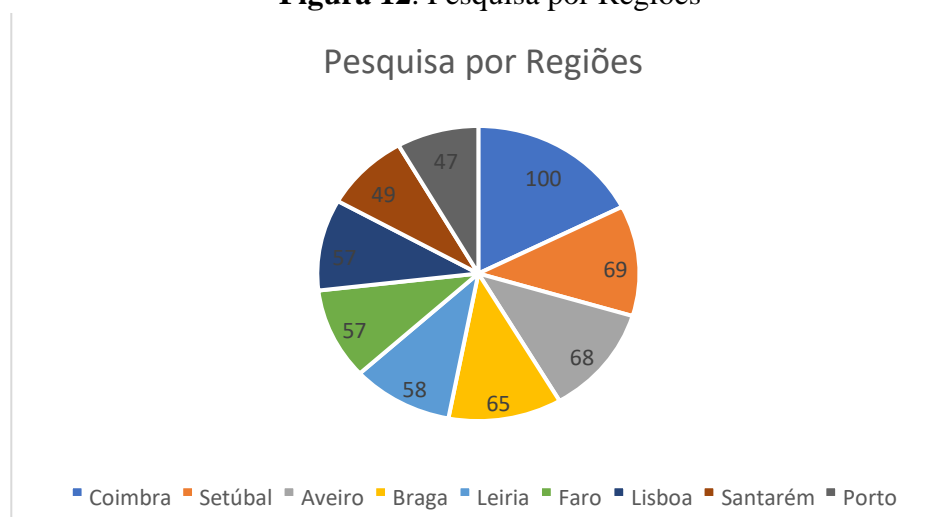
Figura 11. Pesquisa por regiões



Fonte: Google Trends

Através do gráfico seguinte podemos observar que Coimbra é a região mais pesquisada a nível de procura de *glampings* com 100 registos, seguindo-se Setúbal com 69. A região do Porto e Santarém são as regiões menos pesquisadas. Estas pesquisas vão de encontro à oferta existente, visto que é no litoral que se concentra mais oferta.

Figura 12. Pesquisa por Regiões



Fonte: Google Trends

4.1 Comunicação dos Glampings

A comunicação é muito importante, mais ainda quando são empreendimentos com conceitos diferentes, e alguns inovadores. A primeira imagem prevalece ao longo do tempo e tem de ser de forma simples e direta.

De todos os empreendimentos pesquisados, selecionou-se alguns, como o Natura Glamping, a Quinta dos Corgos e a Quinta do Rio Alva, para observar que tipo de comunicação e plataformas usam. Todos construíram os seus canais de comunicação. Todos eles têm sites, redes sociais, e diferentes idiomas para diferentes nacionalidades. Todas as plataformas são intuitivas, estão atualizadas, no que diz respeito às partilhas nas redes sociais, mas nem todas partilham diariamente, como a Quinta dos Corgos, como se pode observar na tabela seguinte.

Tabela 3. Comunicação dos Glampings

| Empreendimento | Redes Sociais | Idiomas | Como se apresenta as plataformas/site | Onde se pode fazer reservas |
|-------------------------|---|--|---|--|
| Natura Glamping | Facebook, Instagram, Youtube, Tripadvisor, WhatsApp | Português, Inglês, Francês, Alemão | Intuitivo, atualizado, partilhas semanais | Site, redes sociais, Trivago, Booking, Odisseias |
| Quinta dos Corgos | Facebook, Instagram, Tripadvisor | Português, Alemão, Inglês | Intuitivo, atualizado, Partilhas diárias | Site, redes sociais, Booking, |
| BB & Quinta do Rio Alva | Facebook, Instagram, Tripadvisor | Português, Espanhol, Inglês, Francês, Alemão, Holandês | Intuitivo, atualizado, Partilhas semanais | Site, redes sociais, Booking, |

Fonte: elaboração própria

4.2 Comunicação através de *bloggers*

O turismo não é imune à Era Digital, aliás, complementam-se, e através dela nascem e renascem tendências, através de conteúdos feitos, não só pelos empreendimentos, mas também plataformas de reservas online, apps e *bloggers*.

O turista não é só um público, é também um criador de conteúdos para outros públicos, o que, de certa forma, torna as plataformas digitais um desafio constante para quem gere a comunicação, tanto de um restaurante como de qualquer unidade hoteleira (Cooper & Fayos-Solá, 2019).

Atualmente existem milhares de *bloggers/influencers*, que conhecem destinos e empreendimentos por si próprios, ou por troca de serviços (usufruem de alojamento e alimentação e fazem publicidade nas redes sociais).

Através de uma conversa informal com Os Mochileiros – *Vanlife*, são *bloggers* portugueses de Vila do Conde, viajam para qualquer parte do mundo com as suas Vans (Volkswagen). E já viveram experiências em *glampings* portugueses, tais como o Natura Glamping na Serra da Gardunha, e o Ohai Nazaré, na Nazaré. Em ambas as vezes foram em parcerias com os empreendimentos, ou seja, foram contactados para viverem a experiência, ou seja, alojamento e alimentação, por vezes contém spa,

passeios, *workshops*. Podem aceitar ou não as propostas, e podem fazer uma contraproposta. Nestes casos ambas foram aceites e, em troca, partilharam nas suas redes sociais e, conseqüentemente, com todos os seus seguidores, as experiências que estavam a ter.

Figura 13. Blog dos Mochileiros



OLÁ! NÓS SOMOS A CAROLINA E O PEDRO. VAMOS VIAJAR?

Somos um casal de Vila do Conde - Portugal, e somos apaixonados por viagens. Em 2017 compramos a nossa Pingu (uma VW T3 Westfalia California) e desde então temos aproveitado cada dia para conhecermos um bocadinho mais do nosso país. Sempre que temos um dia, nós vamos! Quando temos 2 dias, nós vamos mais longe!

Até então o trabalho de ambos não nos permitia "voos" mais altos mas decidimos que 2019 seria o ano da mudança: Dia 1 de Abril iniciamos a nossa Roadtrip de 6 meses pela Europa.

Criamos este blog para que possam acompanhar as nossas aventuras, a nossa paixão por viagens, os sitios maravilhosos que vamos visitando e acima de tudo para que também vocês viajem um bocadinho connosco cada vez que virem uma publicação nossa ...

Aqui, no Instagram ou no Youtube,

Criamos este blog para que possam acompanhar as nossas aventuras, o nosso amor por viagens e um pelo outro

Fonte: <https://mochileirosvc.com/>

As publicações destes *bloggers* (através do blog, Instagram e Facebook) podem influenciar, através das partilhas das experiências, as escolhas dos seus seguidores. Muitos podiam nem conhecer o conceito, alguns podiam não conhecer estes empreendimentos e, assim, surgem novos clientes para os empreendimentos, que doutra forma não conseguiriam chegar.

Através dos meios de comunicação social, existe cada vez mais notícias sobre *glampings* em Portugal, os conceitos diferenciadores, entre os que já existem, onde se situam. Os jornalistas visitam os espaços e falam com os proprietários, para que quem leia a notícia fique o mais informado possível e, assim, desejar ir experimentar e conhecer.

Seguem alguns exemplos de notícias na seguinte tabela.

Tabela 4. Noticias dos meios de comunicação em Portugal entre 2020/2022

| | | | |
|--|------------|---|--------------------|
| Glamping | 19/05/2021 | Acampar com estilo: ‘Glamping’ é a nova tendência de férias - Boa Vida - Correio da Manhã (cmjornal.pt) | Correio da Manhã |
| Gavião Nature Village | 15/04/2021 | Gavião Nature Village: o alojamento de luxo em plena comunhão com a natureza - Destinos - Correio da Manhã (cmjornal.pt) | Correio da Manhã |
| Glamping e o Covid-19 | 18/06/2020 | Glamping: as férias com distanciamento físico em tempos de COVID19 que esgotaram no Norte do País - Sociedade - Correio da Manhã (cmjornal.pt) | Correio da Manhã |
| Eco-Glamping da Madeira | 18/10/2022 | Glamping que faz sucesso na Madeira vai chegar a mais locais: Canto das Fontes lança franchising - Notícias - SAPO Viagens | Sapo Viagens |
| Sóis Montejunto Eco Lodge | 30/09/2022 | A sua próxima escapadinha vai ser neste 'glamping' (noticiasaminuto.com) | Noticias ao minuto |
| Pateira Glamping & Eco-resort | 14/05/2022 | 'Pateira Glamping & Eco-resort' distinguido no Concurso de Empreendedorismo Turístico da TCP - Notícias de Aveiro (noticiasdeaveiro.pt) | Noticias de Aveiro |
| Quinta dos Corgos | 24/01/2022 | Vivência distinta na Quinta dos Corgos (diariocoimbra.pt) | Diário de Coimbra |
| Glamping | 14/04/2022 | Glamping vai nascer em São Vicente no sítio dos Cardais Funchal Notícias Notícias da Madeira - Informação de todos para todos! Notícias da Madeira e do Porto Santo (funchalnoticias.net) | Funchal Notícias |
| O Eco-Glamping da Madeira – Canto das Fontes | 18/10/2022 | Canto das Fontes lança franchising de glamping de luxo Publituris | Publituris |
| <i>Glamorous camping</i> | 12/08/2022 | Glamping: 5 sugestões para férias em plena floresta - Florestas.pt | Florestas.pt |

Fonte: elaboração própria

5. SEGMENTO MERCADO-ALVO/MOTIVAÇÕES

A sua importância, *lifestyle of health & sustainability* são os tópicos essenciais de quem procura vivenciar esta experiência num *glamping*.

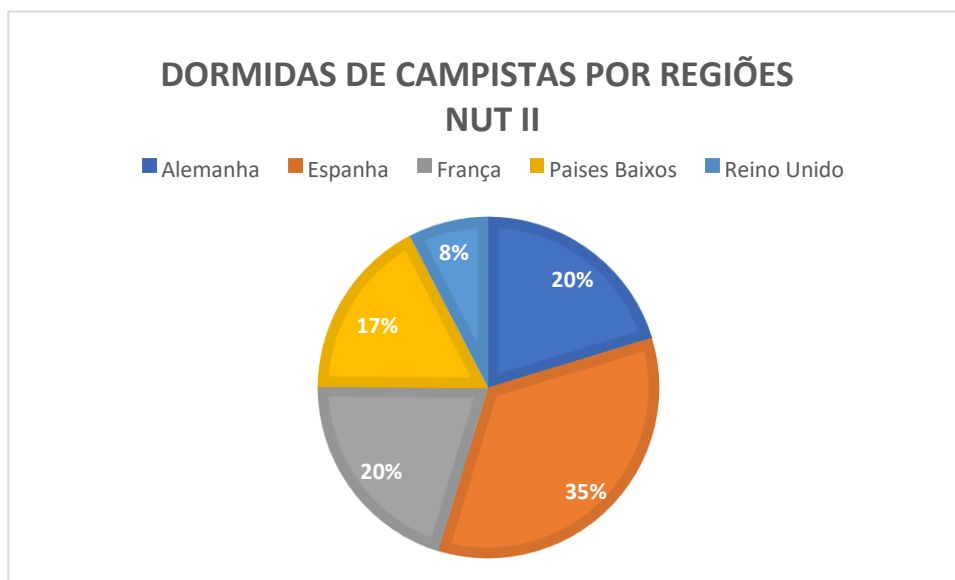
Os turistas que procuram este tipo de empreendimentos vão em busca do contacto direto com a natureza, seja ela no interior ou na beira litoral. As suas motivações são a fuga da rotina, da agitação das cidades, relaxando no pouco tempo da estadia (Farmaki, 2012).

Este conceito é procurado por turistas nacionais e internacionais, de várias faixas etárias que, por norma, ficam uma ou duas noites alojados nestes empreendimentos, em casal ou entre amigos (dados retirados da minha experiência enquanto trabalhadora num *glamping*, e de conversas com alguns resonsáveis de *glampings*).

É difícil saber, em concreto, o número de pessoas já viveram esta experiência e por quantos dias, suas idades e nacionalidades, porque alguns dos empreendimentos estão classificados como parques de campismo, outros como alojamento local, outros como empreendimentos em espaço rural. Os registos no RNT não são adequados e os empreendimentos não facultam essas informações por causa do RGPD.

De acordo com os dados recolhidos, podemos constatar as nacionalidades que escolhem a região Centro de Portugal para as suas férias, tempo de lazer, nomeadamente nos parques de campismo.

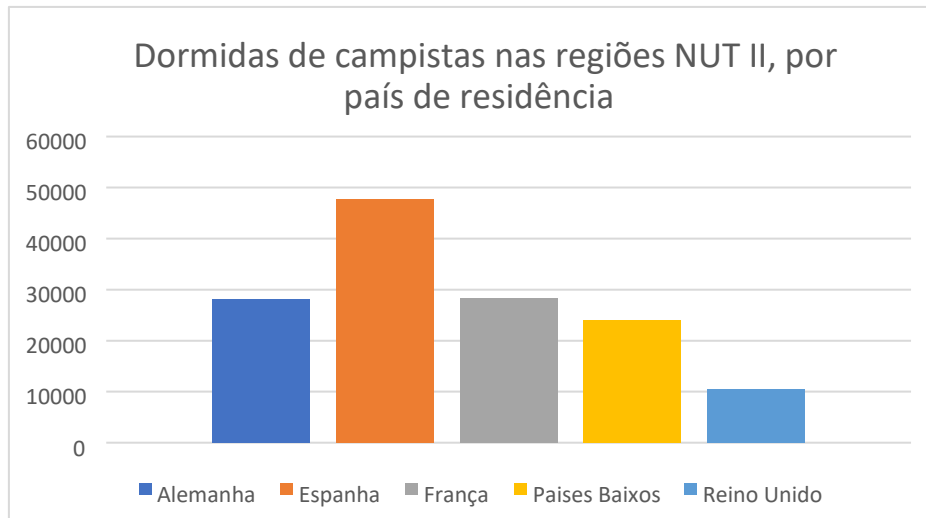
Figura 14. Dormidas de campista por regiões NUT II



Fonte: INE 2021, edi. 2022

Através do gráfico 3, podemos constatar que os nórdicos são quem mais procura a região Centro para usufruir das suas férias.

Figura 15. Dormidas de campista por regiões NUT II, por país de residência

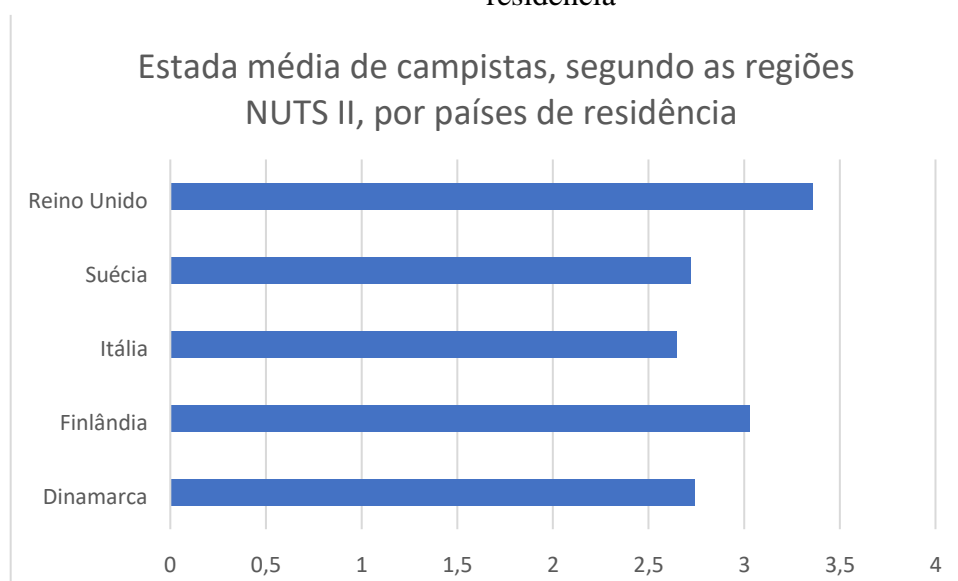


Fonte: INE 2021, edi. 2022

Já na figura 15 podemos observar que Espanha, com 47662, é o mercado que mais se destaca, Alemanha com 28070, de seguida, a França quase a chegar ao mesmo número que a Alemanha. A acessibilidade é um dos fatores que o mercado espanhol mais privilegia, visto que, em poucas horas, de carro/comboio, ou mesmo avião, estão no nosso país.

Se nas figuras 14 e 15 podemos constatar que são os mesmos mercados que escolhem a região Centro, como destino das suas férias, na figura 16 podemos observar outros mercados que escolhem o nosso país, não em tão grande número de turistas, mas em número de noites que ficam durante a sua estadia.

Figura 16. Estada média de campistas, segundo as regiões NUTS II, por países de residência



Fonte: INE 2021, edi.2022

O Reino Unido e a Finlândia são os mercados que permanecem mais de três noites na região Centro durante as suas férias. A Dinamarca, a Suécia e a Itália são os mercados que têm vindo a procurar cada vez mais o destino Portugal, superando a França e a Espanha, com duas noites e meia, não estando assim na figura 16.

6. CERTIFICAÇÃO

Atualmente, a certificação de um estabelecimento é para o consumidor um símbolo de confiança, seja a certificação ligada ao ambiente, à qualidade do serviço prestado, a das boas práticas de sustentabilidade, entre outras.

Através da certificação pode-se angariar mais clientes, ou seja, a certificação é também um meio de comunicação. Por exemplo, ao pesquisar no site da *Biosphere*, temos acesso a todas as empresas certificadas, identificadas e localizadas, ficando assim acessível para quem quiser saber quantas são as empresas, por região, e que tipo de negócio possuem. E, ao pesquisar, pode suscitar interesse em visitar uma das empresas, seja a nível hoteleiro ou de restauração, num determinado destino escolhido para férias, ou numa escapadinha.

Contudo, nem todos os empreendimentos com oferta *glampings* tem certificação, ou por alguns terem custos associados, ou por falta de informação e conhecimento.

Após pesquisa, podemos verificar que na região Centro a nível de empreendimentos com oferta *glamping* com certificação em 2022:

Tabela 5. Centro a nível de empreendimentos com oferta *glamping* com certificação em 2022

| | |
|----------------------------|------------|
| Green key: | Biosphere: |
| - Natura Glamping, Fundão; | -Bukubaki, |

Fonte: Elaboração Própria

7. ACESSIBILIDADE, TURISMO INCLUSIVO

O *glamping* é um conceito que atrai cada vez mais consumidores porque, por ser no meio da natureza, aceita animais de companhia, e tem os meios para os receber.

O turismo é um serviço de pessoas para pessoas. Em relação à acessibilidade, os empreendimentos, sejam eles parques de campismo, alojamento local, entre outros, na sua grande maioria, estão aptos para receber qualquer pessoa, mesmo as que têm mobilidade reduzida. Se num edifício houver mais de um andar, têm elevador. Os WC estão de forma a todos terem liberdade no seu uso, seja em que estrutura for. Normalmente, para duchas há polibans, de fácil acesso, barras para apoio móveis, para apoio junto à sanita, e as camas e mobílias estão niveladas de maneira a ser utilizadas por toda a gente.

A nível de restauração, existe muita preocupação, seja com os menus adaptados a crianças, vegetarianos, alergias como glúten ou lactose, em braile e, atualmente, através do código QR (*Quick Response Code*), desde a pandemia COVID-19, através

da aplicação podemos ouvir o menu, ou ler em qualquer língua. Contudo, também existe mais consciência e preocupação com a pegada ecológica, os desperdícios, e o tipo de alimentos usados na confeção dos pratos, utilizando produtos agrícolas da região. Ter esta diversidade sem ter de se pedir, de procurar opções, faz com que a procura aumente neste tipo de empreendimentos.

Os animais domésticos, animais de companhia, são recebidos de “braços abertos” cada vez mais na hotelaria e restauração em Portugal. Alguns destes empreendimentos, até acessórios e utensílios dispõem para brincar, beber água, para os amigos de 4 patas dos seus clientes, para que possam estar descansados e a usufruir destes prazeres da vida em conjunto.

Cada vez mais, o consumidor, no momento de escolha, seja de restaurante ou hotelaria, começa a ponderar onde ir, visto que já pode optar por levar os seus animais quando vai de férias. Estes pequenos pormenores são fator chave para o cliente voltar.

8. ESTUDOS DE CASO

Para maior conhecimento nesta temática foram feitas três visitas na região Centro, em Tábua à Quinta dos Corgos e à Quinta do Rio Alva e, por fim, na Serra da Gardunha ao Natura *Glamping*. Três projetos diferentes, com diferentes tipos de oferta e público-alvo.

Estes três empreendimentos foram escolhidos, não só por estarem na região Centro de Portugal, mas por estarem muito perto uns dos outros e, mesmo assim, não serem concorrência direta, pela diferente oferta.

8.1 Glampings na Europa e no Brasil

Em Espanha, um *glamping* é um parque de campismo de luxo, pelo que deve incluir mais serviços do que os básicos, esperados num parque de campismo normal, como por exemplo atividades ao ar livre.

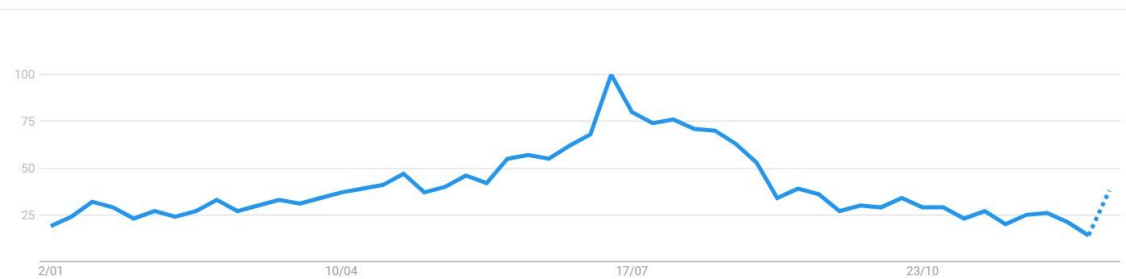
O conceito de *glamping* é igual ao de Portugal, e pode-se constatar através do Real Decreto 2545/1982, que estará inserido no meio da natureza, com estruturas inovadoras, com base na sustentabilidade, e que oferece aos turistas todas as comodidades de um hotel de luxo.

O regulamento é diferente nas diferentes Comunidades Autónomas, mas existem pontos comuns entre eles como, por exemplo, os empreendimentos não podem estar em locais suscetíveis a inundações e deslizamento de terras. Tem de estar num raio inferior a 150 metros de uma fonte de água potável, entre outros.

Através da figura 17 pode-se observar que, no ano de 2022, este conceito tem sido muito pesquisado, com maior afluência na época alta, entre junho e setembro.

Contudo, também se constata que o mês de janeiro ultrapassa os meses de outubro, novembro e metade de dezembro.

Figura 17. Espanha



Fonte: Google Trends 12/2022

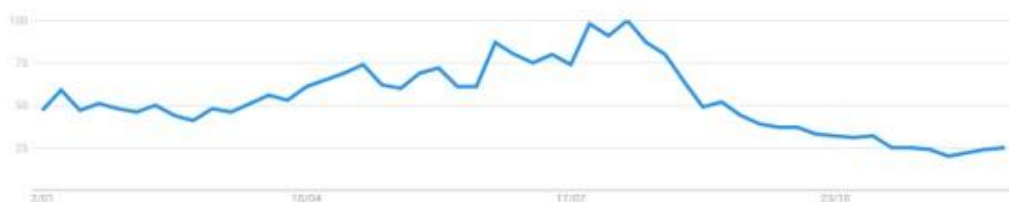
As estruturas usadas nos *glampings* são semelhantes às de Portugal, mas tem mais diversidade, atraindo públicos-alvo diferentes. Estas estão patentes na tabela 5.

Os preços praticados são ligeiramente acima dos praticados em Portugal e, relativamente à comunicação, os empreendimentos também usam, atualmente, as redes sociais para chegar a todo o tipo de público.

Em Espanha, este conceito tem tido um forte crescimento através das suas diversas ofertas, em quase todas as comunidades autónomas.

No Reino Unido existem associações de *glamping*, que ajudam novos empreendedores a investir, e criarem os seus próprios projetos, como por exemplo *Glamping Association* no Reino Unido, a *American Glamping Association* ou a *RECRON* na Holanda.

Figura 18. Inglaterra



Fonte: Google Trends 12/2022

Na sua maioria, as estruturas usadas são móveis, logo danificam o solo e o meio envolvente e não fazem restrições para que não sejam implementáveis estes projetos, contudo, são obrigados a seguir as regulamentações de acordo com o saneamento, a água, entre outros.

No Reino Unido existe campismo selvagem e gratuito, mas requer sempre autorização, mas apesar de ser mais uma oferta, o *glamping* continua a ser procurado pelos turistas, tanto nacionais como internacionais. Normalmente, por pessoa e por noite, tem o custo de 100€.

A oferta é variada, e muito procurada e pode-se contactar em diversos sites e aplicações, que fazem publicidade de todos os empreendimentos, e *bloggers* a contar as suas experiências.

Através da figura 18, podemos observar que o mês de janeiro ultrapassa os 50%, ultrapassando o mês de março, e de outubro a dezembro, talvez pelo clima, visto os invernos serem rigorosos.

Contudo, de abril a setembro, as pesquisas chegam por duas vezes aos 100%, o que não acontece nos países anteriores.

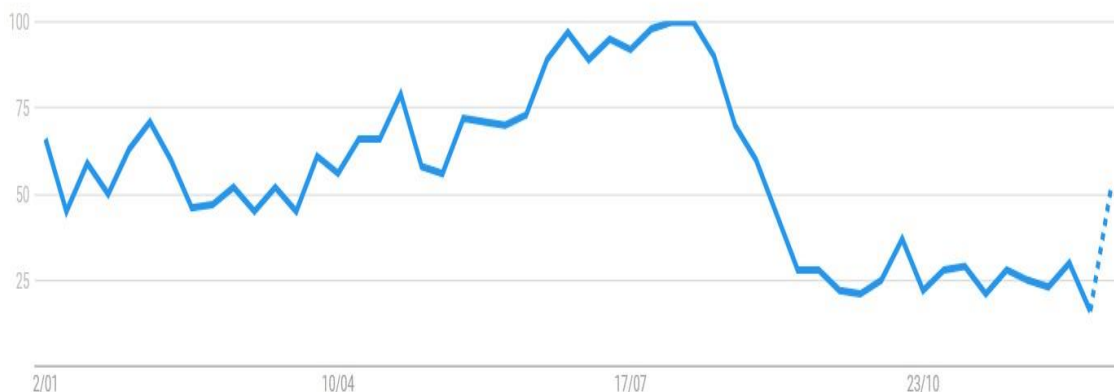
As estruturas que se podem encontrar em Inglaterra estão patentes na tabela 5.

Na Holanda, o *glamping* está também inserido como parque de campismo e é um dos países europeus com mais oferta e bastante diversificada, por ter oferta no meio rural como na zona costeira.

Para se implementar um projeto na Holanda, quer de parque de campismo ou de *glamping*, é necessária uma licença por parte das autoridades municipais e uma licença ao abrigo da Lei de Conservação da Natureza. Se o projeto incluir restauração, o mesmo deve estar de acordo com o plano de ordenamento do município, onde está inserido.

Tal como em Inglaterra, existem inúmeras plataformas, aplicações e sites em diversos idiomas para quem procura estes destinos para ter este tipo de experiências.

Figura 19. Holanda



Fonte: Google Trends 12/2022

Por noite, o custo desta experiência ronda os 68€, preços mais acessíveis que nos exemplos anteriores, e como o clima é ameno, consegue ter uma boa ocupação o ano inteiro.

Devido à Holanda ser conhecida como o país das tulipas e dos moinhos de vento, estas são as estruturas mais cobiçadas pelos turistas.

Através da figura 19, constata-se as informações mencionadas anteriormente, ou seja, existe procura neste segmento, estando a maioria do ano acima dos 50%, e na época alta chegando algumas vezes aos 100%.

Na tabela 5 pode-se observar as estruturas existentes na oferta holandesa.

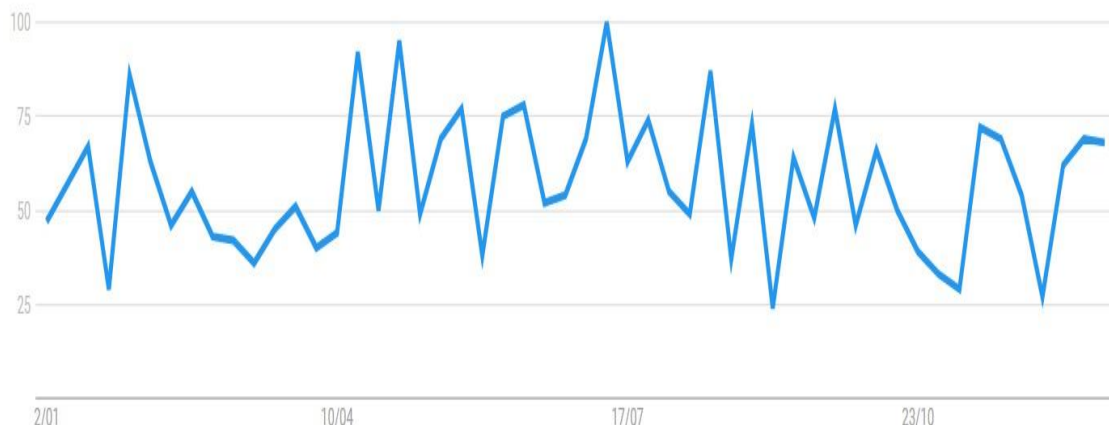
No Brasil, de acordo com a Lei Geral de Turismo, todos os parques de campismo devem estar registados e fiscalizados pelo Ministério do Turismo, Ministério da Fazenda, no Governo Estadual e na Prefeitura do Município em que estiver inserido.

A lei vai de encontro com a lei portuguesa e espanhola, na sua maioria os *glampings* são registados como parques de campismo, contudo estes são obrigados a ter o espaço vedado e com portaria e serviço interno de vigilância.

Apesar de ser um conceito inovador, a comunicação dos vários *glampings* existentes é exclusivamente online, através de várias redes sociais e blogs, para chegar a mais pessoas. Como é um país com um vasto território e misturas culturais, os *glampings* conseguem-se diferenciar, não só pelo meio ambiente onde está incluído, como pela decoração e oferta de atividades, do mais rural como chuveiro na rua, como jacúzi com vista cascata.

Os preços em relação a outros empreendimentos turísticos são um pouco mais elevados, havendo para todas as carteiras dos residentes, mas com menos ofertas de atividades e luxos, rondando os 300 reais/50€ +/-.

Figura 20. Brasil



Fonte: Google Trends 12/2022

Relativamente à procura, através da figura anterior constata-se que este conceito está em constante crescimento, com muita procura visto ser um conceito inovador,

com vários picos ao longo do ano. Contudo, apesar de ser um país tropical, existe também sazonalidade, e podemos deduzir que seja isso, através do gráfico ao observar os meses de fevereiro, março e outubro descem aos 20%. Para combater a sazonalidade, algumas destas empresas contratam publicitários para promover e divulgar nas redes sociais algumas promoções.

As estruturas usadas no *glamping* podem ser observadas na tabela 6.

Tabela 6. Estruturas glamping em Espanha, Inglaterra, Holanda e Brasil

| Pais \ Estrutura | Tenda Safari | Domos/cúpulas | Casa na árvore | Chalés/ bungalows de madeira | Yurt | Tipis | Caravanas Vintage | Contentores de mercadoria | Faróis, torres, silos, moinhos |
|------------------|--------------|---------------|----------------|------------------------------|------|-------|-------------------|---------------------------|--------------------------------|
| Espanha | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Inglaterra | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Holanda | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Brasil | • | | • | • | • | • | • | | |

Fonte: elaboração própria

Através da tabela anterior, consegue-se apurar que o conceito de *glamping* tem bastante oferta e diversificada em relação a Portugal. Apesar das leis serem semelhantes, estes países estão muito mais avançados neste tipo de empreendimento.

Estes países, para além de criarem novas estruturas, reutilizam moinhos de vento, silos de empresas de agrícolas, dando-lhes uma nova utilização e complementando, assim, a sua oferta para quem procura novas experiências.

8.2 Impactos negativos vs impactos positivos da COVID-19

A COVID-19 causou impactos negativos no sector do turismo e, entre muitos outros, encerrou empresas, hotéis, restaurantes, tendo sido despedidos muitos recursos humanos, visto não ser uma das áreas que pudesse funcionar em teletrabalho.

Contudo, mesmo em tempos de pandemia, e apesar do mundo ter parado, as pessoas não deixaram de viajar, de adquirir novas experiências no seu próprio país, e Portugal não foi exceção.

Portugal foi um dos países em que o turismo interno cresceu em relação ao internacional mas, apesar disso, a região Centro foi uma das que mais turistas recebeu, o que fez com que os *glampings* fossem um dos alojamentos mais vendidos, tendo aumentado a sua procura até aos dias de hoje.

Tabela 7. Análise SWOT: um contributo para o campismo

| Forças | |
|---|--|
| Campismo | Glamping |
| <ul style="list-style-type: none"> • • Contacto direto com a natureza • Tenda/bungalow • Balneários • Preço varia consoante a localização, variando entre a época balnear e o resto do ano para complementar a sazonalidade | <ul style="list-style-type: none"> • Contacto confortável e direto com a natureza • Infraestruturas com camas e comodidades hoteleiras • Infraestruturas com wc, cozinhas incluídas • Localização • Serviço personalizado, atenção ao cliente |
| Fraquezas | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Desvalorização em relação a outros empreendimentos hoteleiros • • Fecham na época baixa • Pouca formação dos funcionários • Equipamentos obsoletos | <ul style="list-style-type: none"> • Acessos aos empreendimentos (estrada de terra na sua maioria) • Poucas atividades em época baixa • Pouca formação dos funcionários |
| Oportunidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Parcerias com empresas da comunidade em atividades • | <ul style="list-style-type: none"> • Parcerias com empresas de mensagens da comunidade, workshops com empresas locais |
| Ameaças | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Investimento reduzido (sejam privados ou públicos) • • Sazonalidade • Carta de campista obrigatória em alguns parques de campismo | <ul style="list-style-type: none"> • • Pouca legislação • Desinteresse por este conceito • Preços praticados • Juntar hóspedes com clientes pontuais nas zonas comuns |

Fonte: elaboração própria

9. CONCLUSÕES

O *glamping* surge como serviço para complementar a oferta turística, como uma nova forma de alojamento, para vivenciar novas experiências, não só a solo, como

em casal, ou com amigos/família, consoante a estrutura grupal escolhida, inserida no meio da natureza.

Esta temática, a nível internacional, já é muito explorada e diversificada. Em Portugal surgiu há poucos anos e ainda existem poucos estudos sobre a mesma, visto que é difícil haver dados, em concreto, quando a legislação está desatualizada, e não acompanha as mudanças.

Alguns dos empreendimentos estão ou não registados como parques de campismo para serem considerados *glamping*, sendo parte da oferta deste conceito e, o consumidor, ao não ter estas informações, considera que todos os empreendimentos com estruturas *glamping* são *glampings*, o que não deixa de ser verdade, não pela tipologia, mas pela experiência.

A sustentabilidade ambiental e as novas motivações dos consumidores, e o contacto direto com o meio ambiente, são alguns dos pontos fulcrais para a escolha destes empreendimentos num determinado destino turístico.

Atualmente, através das redes sociais, plataformas digitais, *bloggers*, e promoções, tipo duas noites pelo preço de uma, influenciam um destino, e são uma mais-valia para combater a sazonalidade e dar a conhecer novas experiências.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BIOSPHERE, Turismo Sustentável Certificação Biosphere (turismodeportugal.pt) Consultado a 30 de setembro de 2021.

Cerović, Z. (2014). Innovative management of camping accommodation.

Cooper, C., & Fayos-Solá, E. (2019). *The Future of Tourism – Innovation and Sustainability*. Suíça: Springer.

Decreto-Lei nº 15/2014. (2014). Decreto-Lei nº 15/2014. 491-493. Lisboa: Assembleia da República Portuguesa.

Farmaki, A. (2012). An exploration of tourist motivation in rural settings: The case of Troodos, Cyprus. *Tourism Management Perspectives*, 2-3, pp. 72-78.

Instituto Ecobrasil (2022). Ambientais (ecobrasil.eco.br) Consultado a 10 de dezembro de 2022

ISO9001, Certificação Iso9001 em Portugal. Lista do empresas de Certificação Iso9001 em Portugal (jornaldenegocios.pt) Consultado a 10 de outubro de 2021.

Ituarte, E. (2015). *Propuestas de Desarrollo Turístico en Choele Choel Estrategia Innovadora para el Desarrollo del Turismo Rural: Glamping*. Universidad Nacional del Sur. Argentina.

MacLeod, N. (2017). *Glamping*. In L. L. Lowry (Ed.), *SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*. London: SAGE Publications, Inc.

OECD. (2007). Innovate Rural Regions: The role of human capital and technology. *The 2007 OECD Rural Policy Conference, Cáceres*. Cáceres (Extremadura).

OMT. (2012). *Tourism & Sustainable Energy: Powering Sustainable Development*.

PORDATA, Dados sobre os parques de campismo em Portugal | Pordata Consultado a

Turismo de Portugal. (2021). *Visão geral*. Obtido de Turismo de Portugal:

Turismo de Portugal (2022). (consultado a 20 de janeiro de 2022)
https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/d
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) - BCSD Portugal