

esec

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE COIMBRA

Departamento de Comunicação e Ciências Empresariais

Mestrado em Turismo de Interior - Educação para a Sustentabilidade

O Geocaching e o Turismo: A influência do Geocaching na escolha de um destino

Ana Lúcia Duarte Falcão

Coimbra, 2014

Ana Lúcia Duarte Falcão

O Geocaching e o Turismo: A influência do Geocaching na escolha de um destino

Dissertação de Mestrado em Turismo de Interior – Educação para a Sustentabilidade,
apresentada ao Departamento de Comunicação e Ciências Empresariais da Escola
Superior de Educação de Coimbra para obtenção do grau de Mestre

Trabalho realizado sob a orientação do Professor Doutor Sérgio Damásio e
co-orientação do Professor Doutor Ricardo Melo

Outubro, 2014

Escrevi e apaguei. Voltei a escrever e voltei a apagar, com a plena convicção de que os agradecimentos deviam ser pessoais e não deveriam constar num trabalho de mestrado. Mas na verdade, este não é um trabalho de uma só pessoa e o professor que mais me ajudou no decorrer deste processo, foi também aquele que me fez pensar sobre a importância de um agradecimento, nesta fase de final de percurso.

Assim, deixo o meu agradecimento aos meus orientadores pela paciência e dedicação demonstrada e pela orientação que me deram no decorrer deste trabalho. Ao professor Ricardo Melo e ao professor Sérgio Damásio, Obrigada!

Obrigada também a todos os geocachers que, de uma forma incrivelmente rápida, através das redes sociais, responderam ao questionário que serviu de base a este estudo.

Obrigada à minha família, em especial aos meus pais, pelo apoio que me deram e por acreditaram sempre nas minhas decisões.

E um obrigada muito grande para ti, que não me deixaste desistir e apoiaste em todos os momentos e por me teres proporcionado umas férias muito boas, mesmo quando repetias várias vezes “Vai trabalhar!!!”

O Geocaching e o Turismo: A influência do Geocaching na escolha de um destino

Resumo: O Geocaching é uma atividade de caça ao tesouro em ascensão por todo o mundo, principalmente desde o ano de 2000. Como jogo que motiva à deslocação, para zonas afastadas da zona de residência, e ao conhecimento de novos locais, foi-se integrando, de forma crescente, na indústria do turismo. O objetivo deste trabalho de investigação é caracterizar os praticantes de Geocaching, compreender o seu perfil de prática, os seus comportamentos de viagem, as suas motivações para a realização deste jogo e conhecer os atributos de destino mais apreciados por este tipo de viajantes. Para o efeito foi aplicado um inquérito por questionário, *online*, a uma amostra de geocachers nacionais, maiores de 18 anos (n=613). Os dados foram tratados através do programa IBM SPSS Statistics (versão 21). A amostra é constituída maioritariamente por jovens, do género masculino, com escolaridade ao nível do ensino superior, trabalhadores em grupos profissionais qualificados e com rendimentos acima da média nacional. Foi usado o método da análise fatorial para reduzir os 26 itens das motivações para a prática de Geocaching em cinco dimensões: “Evasão”, “Independência/Autorrealização”, “Desafio/Aventura”, “Cultura/Conhecimento” e “Sociabilidade” e; para reduzir os 21 itens dos atributos de destino em quatro dimensões: “Ambiente natural e socio cultural”, “Ambiente autêntico e genuíno”, “Serviços de lazer e turismo” e “Geoatributos”. A segmentação dos geocachers, baseada nas motivações, resultou em cinco grupos de praticantes: “Praticantes naturalista patrimoniais”, “Praticantes solitários”, “Praticantes aventureiros”, “Praticantes culturais”, e os “Praticantes sociabilizadores”. Estes seis segmentos foram caracterizados em função das características dos praticantes que os compõem. Estes dados podem fornecer informações importantes para o processo de tomada de decisões por diversos atores dos territórios onde ocorrem as atividades de Geocaching.

Palavras-chave: Atributos de Destino; Geocaching; Motivações; Turismo.

Geocaching and Tourism: The influence of Geocaching in the choice of a destination

Summary: Geocaching is a treasure hunting activity on the rise worldwide, especially since the year 2000. Associated to the movement to distant places, and knowledge of new places, the searching for new landscapes, culture and adventure, Geocaching is being integrated in the tourism industry. The goal of this research is to characterize the Geocaching practitioners, understanding your practice profile, their travel behaviour, their motivations for conducting this game, and know the target attributes most valued by this type of travellers. An *online* survey by questionnaire was applied, *online*, to a national sample of geocachers, older than 18 years (n=613). The answers were processed through the program IBM SPSS Statistics. The sample is constituted mainly by young males, with higher education, working in high qualified jobs, and with incomes above the Portuguese average. The method of factor analysis was used to reduce the 26 items of motivations for practicing Geocaching in five dimensions: "Escape", "Independence/Self-realization", "Challenge/Adventure", "Culture/Knowledge" and "Sociability"; and to reduce the 21 items of the target attributes in four dimensions: "Natural and socio-cultural environment", "Authentic and genuine environment", "Leisure and tourism services" and "Geoattributes". The segmentation of geocachers, based on motivations, resulted in five groups of practitioners: "Cultural and naturalistic geocachers", "Solitary geocachers", "Adventure geocachers", "Cultural geocachers", and "Sociability geocachers". These six segments were characterized according to the characteristics of the practitioners who compose them. These data can provide important information for making decision by various actors in the areas where Geocaching activities occur.

Keywords: Attributes of Destination; Geocaching; motivations; Tourism.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	13
2.	ENQUADRAMENTO TEÓRICO	15
2.1.	A origem do Geocaching.....	17
2.2.	O Sistema de Posicionamento Global (GPS).....	18
2.3.	Geocaching: o jogo e as suas vertentes.....	20
2.3.1.	O Geocaching como jogo dos tempos modernos	20
2.3.2.	As geocaches.....	20
2.3.3.	Os geocachers e owners.....	23
2.3.4.	Processamento do jogo.....	24
2.3.5.	Regras e diretrizes de funcionamento	25
2.3.6.	O Geocaching na internet e nas redes sociais, em Portugal.....	25
2.4.	O Geocaching e o Turismo.....	26
2.4.1.	O Geocaching e o Turismo Criativo	26
2.4.2.	Conexões entre o Geocaching e o Turismo.....	32
2.4.3.	Turismo Geocaching, Geotours e Geoeventos.....	35
2.5.	Distribuição geográfica do Geocaching	40
2.6.	Caracterização dos praticantes de atividades desportivo-recreativas em espaços naturais	43
2.6.1.	Perfil dos praticantes de atividades desportivo-recreativas em espaços naturais	44
2.6.2.	Motivações dos praticantes de atividades desportivo-recreativas em espaços naturais.....	45
2.6.3.	O consumo turístico e o modelo push-pull.....	47
2.6.4.	Atributos de destino valorizados por praticantes de atividades desportivo-recreativas em espaços naturais	52
3.	A PROBLEMÁTICA E OS OBJETIVOS DO ESTUDO	57
3.1.	Âmbito e contextualização do estudo	59
3.2.	Objetivos gerais e específicos e questões de partida.....	62
4.	A METODOLOGIA	63
4.1.	Instrumento de recolha de dados - Questionário	65
4.2.	Recolha de dados.....	67

4.3.	Tratamento dos dados	68
5.	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	71
5.1.	Caracterização sociodemográfica dos praticantes de Geocaching	73
5.2.	Caracterização da prática de Geocaching	76
5.3.	Caracterização do comportamento em viagem Geocaching	86
5.4.	Motivações para a prática de Geocaching	93
5.5.	Atributos do destino para a prática de Geocaching	96
5.6.	Segmentação dos praticantes de Geocaching pelas suas motivações.	100
6.	CONCLUSÕES	111
6.1.	Principais conclusões	113
6.2.	Limitações do estudo	118
6.3.	Perspetivas futuras	118
7.	GLOSSÁRIO	121
8.	BIBLIOGRAFIA	125
9.	ANEXOS	131

Índice de ilustrações

ILUSTRAÇÃO 1 - ESQUEMA ELABORADO POR CROMPTON (1979) PARA DEMONSTRAR AS QUATRO ETAPAS IMPLÍCITAS À ESCOLHA DE UM DESTINO.	50
ILUSTRAÇÃO 2 – MODELO DE ANÁLISE	61

Índice de gráficos

GRÁFICO 1- EVOLUÇÃO DAS GEOCACHES EM PORTUGAL	40
GRÁFICO 2- EVOLUÇÃO DOS GEOCACHERS EM PORTUGAL	40
GRÁFICO 3 - GEOCACHES COM MAIS REGISTOS EM PORTUGAL	41
GRÁFICO 4 - GEOCACHES COM MAIS REGISTOS, EFETUADOS POR TURISTAS ESTRANGEIROS, EM PORTUGAL	41
GRÁFICO 5 - NÍVEIS DE INSTRUÇÃO DOS PRATICANTES DE GEOCACHING	74
GRÁFICO 6 - CONDIÇÃO E SITUAÇÃO PERANTE O TRABALHO DOS PRATICANTES DE GEOCACHING	75
GRÁFICO 7 - PROFISSÃO DO ELEMENTO MAIS ATIVO DO AGREGADO FAMILIAR DOS PRATICANTES DE GEOCACHING	75
GRÁFICO 8 - RENDIMENTO LÍQUIDO MENSAL DOS PRATICANTES DE GEOCACHING	76
GRÁFICO 9 - ANOS DE PRÁTICA DE GEOCACHING	78
GRÁFICO 10 - FORMA COMO OS GEOCACHERS CONHECERAM O GEOCACHING	78
GRÁFICO 11 – COMPANHIA NA PRÁTICA DE GEOCACHING	82
GRÁFICO 12 - RELAÇÃO GÊNERO E COMPANHIA NA PRÁTICA DE GEOCACHING	82
GRÁFICO 13 - RELAÇÃO ENTRE GRUPO ETÁRIO E COMPANHIA NA PRÁTICA DE GEOCACHING	83
GRÁFICO 14 - FREQUÊNCIA DA PRÁTICA DE GEOCACHING	83
GRÁFICO 15 - FREQUÊNCIA DA PRÁTICA DE GEOCACHING ENTRE GÊNEROS	84
GRÁFICO 16 – PERÍODO MAIS UTILIZADO PARA A PRÁTICA DE GEOCACHING	84
GRÁFICO 17 - PORCENTAGEM DE PRATICANTES POR TIPOLOGIA DE GEOCACHE	85
GRÁFICO 18 - DIFERENÇAS NAS VIAGENS COM A PRINCIPAL INTENÇÃO DE PRATICAR GEOCACHING ENTRE FAIXAS ETÁRIAS	87
GRÁFICO 19 - VIAGENS GEOCACHING NOS ÚLTIMOS 12 MESES	87
GRÁFICO 20 - RELAÇÃO ENTRE O GRUPO ETÁRIO DOS PRATICANTES E O NÚMERO DE VIAGENS EFETUADAS NOS ÚLTIMOS 12 MESES	88
GRÁFICO 21 - RELAÇÃO ENTRE RENDIMENTO LÍQUIDO MENSAL E NÚMERO DE VIAGENS EFETUADAS NOS ÚLTIMOS 12 MESES	89
GRÁFICO 22 - OPÇÕES DE PLANEAMENTO DE UMA VIAGEM COM ATIVIDADE GEOCACHING	90
GRÁFICO 23 - RELAÇÃO ENTRE OPÇÕES DE PLANEAMENTO DE VIAGEM E GÊNERO	90
GRÁFICO 24 - PREDISPOSIÇÃO PARA EFETUAR UMA VIAGEM COM A PRINCIPAL INTENÇÃO DE PRATICAR GEOCACHING NO FUTURO	91
GRÁFICO 27 - DISTRIBUIÇÃO DA MÉDIA DOS FATORES DA DIMENSÃO “MOTIVAÇÕES DA PRÁTICA DE GEOCACHING” POR CADA UM DOS SEGMENTOS.	103
GRÁFICO 28 - DISTRIBUIÇÃO DA MÉDIA DOS FATORES DA DIMENSÃO “ATRIBUTOS DE DESTINO” POR CADA UM DOS SEGMENTOS.	103

Índice de tabelas

TABELA 1 – MOTIVAÇÕES PARA A PRÁTICA DE GEOCACHING	46
TABELA 2 – ATRIBUTOS DE DESTINO APRESENTADOS POR REIS (2012) E BARBIERI E SOTOMAYOR (2013) PARA O TURISMO DO SURF	52
TABELA 3 – DIMENSÕES DO QUESTIONÁRIO E SUAS VARIÁVEIS	66

TABELA 4 - DISTRIBUIÇÃO POR FAIXAS ETÁRIAS DOS PRATICANTES DE GEOCACHING	73
TABELA 5 - RELAÇÃO ENTRE GÉNERO E GRUPO ETÁRIO DOS PRATICANTES DE GEOCACHING	73
TABELA 6 - ANO DE INÍCIO DA PRÁTICA DE GEOCACHING	77
TABELA 7 - Nº DE GEOCACHES ENCONTRADAS E Nº DE EVENTOS PARTICIPADOS.....	79
TABELA 8 - PARTICIPAÇÃO POR GÉNEROS EM EVENTOS.....	80
TABELA 9 - PARTICIPAÇÃO POR GRUPO ETÁRIO EM EVENTOS	80
TABELA 10 - RELAÇÃO ENTRE O Nº DE GEOCACHES DO OWNER E O Nº DE VENTOS ORGANIZADOS.....	81
TABELA 11 - TIPO DE GEOCACHE REALIZADA COM MAIOR FREQUÊNCIA	86
TABELA 12 – MOTIVAÇÕES PARA A PRÁTICA DE GEOCACHING.	94
TABELA 13 – DIMENSÕES SUGERIDAS, ATRAVÉS DA APLICAÇÃO DO MÉTODO DE ROTAÇÃO VARIMAX, PARA A PRÁTICA DE GEOCACHING ^a	96
TABELA 14 - CARACTERÍSTICAS DE DESTINO GEOCACHING	98
TABELA 15 - DIMENSÕES SUGERIDAS, ATRAVÉS DA APLICAÇÃO DO MÉTODO DE ROTAÇÃO VARIMAX, PARA DESTINOS GEOCACHING	99
TABELA 16 – CRUZAMENTO DAS CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS COM CADA SEGMENTO	107
TABELA 17 - CRUZAMENTO DAS CARACTERÍSTICAS DA PRÁTICA DE GEOCACHING COM CADA SEGMENTO.....	108
TABELA 18 - CRUZAMENTO DAS CARACTERÍSTICAS DOS COMPORTAMENTOS EM VIAGEM COM CADA SEGMENTO	109

1. INTRODUÇÃO

O Geocaching, enquanto atividade de lazer e de ocupação de tempos livres, é caracterizado pela própria Groundspeak¹, como atividade de caça ao tesouro dos tempos modernos. A escolha do tema Geocaching e relação que este tem com o turismo, surgiu pela observação de como os praticantes de Geocaching utilizam o jogo para criarem momentos de aventura e descoberta nas suas viagens de lazer e de turismo. À medida que se estabeleceram pontes entre o Sistema de Posicionamento Global (GPS) e o turismo, o Geocaching surgiu sempre como forma de unir a função que o GPS tem de fornecer uma localização exata, como auxiliar na deslocação até um destino, associando à sua utilização as componentes de cultura e de lazer do turismo. Apesar da existência desta relação entre o Geocaching e o Turismo e da utilização do Geocaching enquanto forma de viajar e conhecer um destino, os conhecimentos sobre o tema, em estudos já realizados, são escassos, em especial em Portugal. No entanto existem autores que abordaram o tema Geocaching: Fernandes (2012) descreve o Geocaching como um jogo que se desenvolve entre o espaço virtual e o espaço físico do exterior; Bolaire e Hervet (2012) descrevem o Geocaching como forma de descobrir destinos e explorar territórios; Ihmaki (2012) descreve o Geocaching como forma de turismo criativo; Oliveira (2010) descreve o Geocaching como forma de turismo independente e promotor de destinos. Sobre as motivações dos praticantes de Geocaching, existem dois estudos que fazem uma caracterização geral das motivações para a prática da atividade, que são o estudo efetuado por Farvardim e Forehand (2013) e o estudo efetuado por O'Hara (2008). No que respeita ao Geocaching em território português existe também já uma descrição feita da evolução do Geocaching, nos primeiros dez anos desta atividade em Portugal, elaborada por Santos, Mendes, Rodrigues e Freire (2012) e uma análise do funcionamento do Geocaching praticado em Lisboa e uma análise espacial das geocaches da cidade, por Mendes, Rodrigues e Rodrigues (2013).

Esta dissertação de mestrado encontra-se organizada em seis capítulos. O primeiro capítulo, a introdução, além de apresentar uma introdução ao tema, expõe a estrutura da dissertação de mestrado. O segundo capítulo, o enquadramento teórico, é composto por uma pesquisa sobre o Geocaching e como este se foi desenvolvendo

¹ Proprietária do *site* geocaching.com, em termos de criação e monitorização da informação contida

desde o seu aparecimento, uma breve explicação sobre a relação do Geocaching com o GPS, o enquadramento do mesmo com o tipo de turismo praticado na atualidade, uma descrição sobre a distribuição geográfica do Geocaching e pela caracterização dos praticantes de atividades desportivo-recreativas em espaços naturais. No terceiro capítulo, a problemática, será apresentado o âmbito e a contextualização do estudo, os objetivos, geral e específicos, do estudo e as questões de partida. O quarto capítulo, a metodologia, é composto uma secção destinada à apresentação do instrumento de análise, o questionário e pela recolha e tratamento dos dados. O quinto capítulo é composto pela apresentação e discussão dos resultados obtidos: caracterização sociodemográfica dos praticantes, caracterização do topo da prática, caracterização dos seus comportamentos em viagem e a análise das suas motivações e dos atributos que valorizam no destino. Por fim, ainda neste capítulo, é efetuada uma caracterização através da segmentação dos praticantes, em função das características dos Geocachers (perfil da prática, comportamentos em viagem e atributos de destino). O sexto capítulo deste estudo é composto pelas conclusões, uma análise às limitações deste trabalho e um conjunto de sugestões para trabalhos futuros.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1. A origem do Geocaching

A história do Geocaching começa no ano de 2000, com a colocação da primeira geocache, em Portland, Estados Unidos, após o fim da disponibilidade seletiva do Sistema de Posicionamento Global (GPS) (Geocacher Magazine, 2008). O Geocaching disseminou-se depois para a Europa e resto do mundo.

No entanto, para se compreender a origem do Geocaching é importante conhecermos um outro jogo, denominado por *Letterboxing*.

O *Letterboxing* é um jogo muito mais antigo e sem utilização das novas tecnologias, mas muito semelhante na sua forma de jogar. Com base nas referências existentes no *site* oficial (Doug, 2004), o jogo começou no sudoeste de Inglaterra por volta de 1854, quando um cavalheiro Vitoriano, de nome James Perrot decide esconder o seu cartão-de-visita numa garrafa. O objetivo era que os caminhantes fossem trocando de cartões ou postais, à semelhança do Geocaching em que existe a troca de pequenos objetos. Este jogo chegou à América em 1998, tendo sido criado um fórum *online* e ao grupo foi designado por “*Letterboxing América do Norte*”.

Foi na América que o Geocaching se iniciou, tendo por base o conceito de caça ao tesouro e os objetivos do *Letterboxing*, no entanto, o Geocaching diferenciou-se pela utilização obrigatória do GPS. Tanto um como o outro são jogos de caça ao tesouro, em que se escondem caixas à prova de intempéries, em locais acessíveis ao público e divulgadas pistas para as encontrar. No caso do *Letterboxing*, as pistas são divulgadas em catálogos impressos, em *sites* da Internet, ou boca em boca. No caso do Geocaching, as coordenadas e as pistas são apresentadas na página de cada geocache, em geocaching.com. As caixas do jogo *Letterboxing* contêm no seu interior um caderno e um carimbo de borracha, de preferência feitos à mão. Os praticantes carimbam com o mesmo o seu *note-book* e deixam o seu registo pessoal no livro de visitantes, como prova de a terem encontrado e como forma de dar a conhecer a outros praticantes quem já encontrou aquela caixa. Esta característica assemelha-se, atualmente, às geocaches do tipo *Letterbox*, do Geocaching, que surgiram numa tentativa de associar estas duas modalidades e, por esse motivo, assumiram um nome semelhante.

Com base no artigo publicado na revista *Geocacher Magazine*, em 2008 (Geocacher Magazine, 2008), o Geocaching nasceu no momento em que Dave Ulmer pensou em esconder um balde com vários objetos nas imediações de Portland e colocou as suas coordenadas *online*, imediatamente a seguir à libertação do sinal de GPS para toda a população, a 1 de Maio de 2000. O balde foi encontrado em pouco tempo por dois leitores do grupo de notícias onde as coordenadas haviam sido publicadas, um deles foi Mike Teague. Desde aí até praticamente ao final do ano de 2000, o jogo permaneceu em pequenos grupos de discussão *online*. A 2 de Setembro de 2000, *Jeremy Irish* registou o domínio “www.geocaching.com”, onde organizou e disponibilizou toda a informação disponível sobre regras e funcionamento do jogo e todas as geocaches existentes até ao momento nos vários grupos de discussão *online*.

Neste jogo, atribui-se o nome de “geocachers” aos praticantes, que são, desde junho de 2014, cerca de 6 milhões, distribuídos por quase todo o mundo, estando disponíveis cerca de 2 milhões e 400 mil geocaches (informação retirada de Geocaching.com, contagem registada a 4 de Junho de 2014).

2.2. O Sistema de Posicionamento Global (GPS)

Segundo Paz, Ferreira e Cugnasca (1998) o GPS é a melhor ferramenta alguma vez criada pelo homem para determinar a sua posição precisa na Terra, quer seja em alto mar, em terra ou no ar. O GPS capta o sinal provindo dos satélites e, com um mínimo de quatro satélites, dá a posição geográfica de um ponto na Terra. Quanto maior o número de sinais recebidos, maior é a precisão sobre a localização geográfica. Hoje em dia a precisão destes aparelhos pode ir até um metro de distância. Enquanto um GPS de um carro, ou seja, de viagem, pode ter uma margem de erro de 30 metros, um GPS utilizado para caminhar ou para jogos, como o Geocaching, têm uma margem de erro de menos de três metros. A posição geográfica é determinada através do cruzamento dos sinais de satélite recebidos.

Nas atividades turísticas, o GPS é utilizado principalmente no turismo de aventura, na natureza, nomeadamente em atividades de orientação ou na deslocação para um destino. Um GPS quando usado para navegação, seja em

marcha lenta, como por exemplo a pé ou de bicicleta, ou em maior velocidade, como por exemplo de carro, exige do recetor um comportamento dinâmico e de resposta rápida e em alguns casos, como é o caso do jogo Geocaching, exige-se, também, alguma precisão (Paz, Ferreira, & Cugnasca, 1998).

O GPS tornou-se uma ferramenta para os viajantes, fornecendo-lhes informações cada vez mais detalhadas sobre o caminho a seguir para os destinos. Atualmente as novas tecnologias de informação e de posicionamento, já estão disponíveis em dispositivos móveis, e servem, para além de acompanhar os movimentos dos turistas, para o desenvolvimento das suas atividades interativas e das suas experiências turísticas.

Para Fernandes (2012), no seu artigo sobre Georreferenciação e Territorialidades, em que deu como exemplo o Geocaching, a tecnologia tornou-se uma forma virtual de turismo, criando paisagens, cenários e patrimónios e aproximando as pessoas de destinos e de épocas, por vezes, sem sequer sair de casa. As novas tecnologias, no seu todo, trouxeram uma proximidade relativa entre as pessoas e os locais, através do acesso virtual e da possibilidade que existe em construir imagens e criar expectativas de locais que ainda não foram visitados. O acesso, quase direto, do consumidor aos produtos e serviços existentes no destino, alterou a relação das pessoas com o mundo que as rodeia.

O Geocaching é um jogo que leva as pessoas à descoberta do meio natural e promove a utilização das novas tecnologias, nomeadamente o uso do GPS, durante a atividade de caça ao tesouro, e o uso da internet para o registo da atividade na página do jogo, enquanto espaço para a partilha de experiências, promovendo também a socialização entre os praticantes. Por este motivo, o Geocaching relaciona, de forma criativa, a interação entre as novas tecnologias e as atividades ao ar livre. É um jogo que, além de promover o uso das tecnologias, também desenvolve o contacto com o espaço geográfico, onde o GPS é o equipamento mais importante na procura das geocaches.

2.3. Geocaching: o jogo e as suas vertentes

2.3.1. O Geocaching como jogo dos tempos modernos

Segundo Viana (2011), as tecnologias de informação e comunicação vieram permitir uma nova forma de estar em contacto com o mundo. O acesso às novas tecnologias e a sua multifuncionalidade veio facilitar e até mesmo incentivar a criação de novos hábitos. Atualmente, o telemóvel permite fotografar, filmar, aceder à internet, procurar locais específicos, comunicar e partilhar informação com outros dispositivos. Por este motivo, estas novas tecnologias têm vindo a permitir o desenvolvimento de jogos urbanos, como é o exemplo do Geocaching, que apesar de não ser exclusivamente urbano, também promove esse tipo de experiências.

Segundo Costa e Steinmeier (2012), o Geocaching adquiriu sucesso entre os chamados *Urban Games*, por ser um jogo que facilita e melhora a relação do jogador com o espaço exterior e por incentivar à prática de exercício físico ao ar livre. A prática desta atividade no exterior, segundo os autores, faz com que os praticantes aprendam a tirar proveito do espaço ao ar livre e apreciem as suas qualidades, para além de facilitar a aquisição de novos conhecimentos, sobre história, biologia ou sobre o meio ambiente. Costa e Steinmeier (2012) descrevem o jogo como sendo muito acessível e envolvente, por não ser complicado nem precisar de infraestruturas ou preparação e por se adequar a todas as idades e capacidades físicas, devido à multiplicidade de formas que o jogo pode assumir.

2.3.2. As geocaches

A diversidade do jogo sustenta-se na variedade e tipo de geocaches. No terreno, as geocaches são constituídas por um recipiente, normalmente uma caixa de plástico, com um livro de registos no seu interior. Na maioria das vezes possuem também material de escrita, uma nota informativa sobre o Geocaching, para quem encontra a caixa acidentalmente, e alguns objetos para troca. Este material não se encontra nas geocaches de pequenas dimensões, como são o exemplo das microcaches (ver descrição mais adiante). No *site* oficial do Geocaching, cada geocache é descrita numa página que reúne toda a informação associada à mesma.

Atualmente existem pelo menos dez tipos de geocaches, sendo as mais conhecidas e em maior número designadas por Tradicionais, mais procuradas por geocachers iniciantes por serem mais simples de encontrar. Tanto estas como as Multi-cache, *Letterbox*, Mistério, *Earthcache*, *Wherigo*, CITO, Evento, *Webcam* e Virtual, encontram-se descritas no *site* oficial do Geocaching, a partir do qual realizámos a adaptação que abaixo se apresenta:

i) As Geocache Tradicionais são as mais simples de se encontrar, para isso, apenas é necessário possuir as coordenadas e a pista. O conteúdo do recipiente encontrado pode variar, mas, no mínimo, todas têm um livro de registos. No entanto, recipientes maiores podem conter também itens para troca e trackables (objetos viajantes).

ii) As Multi-cache envolvem a passagem por duas ou mais localizações, sendo a localização final um recipiente físico com um livro de registos. Existem muitas variações, mas a maioria das Multi-cache têm uma pista para encontrar o segundo recipiente, a segunda tem uma pista para o terceiro e por aí adiante, até encontrar a geocache final.

iii) As *Letterbox* híbridas são uma forma de caça ao tesouro, usando uma mistura de pistas e coordenadas. O carimbo existente nestas geocaches serve para que os visitantes possam registar a sua visita, à semelhança do jogo que lhes deu origem, o *Letterboxing*.

iv) As Geocaches Mistério podem, por exemplo, envolver complicados puzzles que têm que ser resolvidos para determinar as coordenadas finais. Este tipo de geocache, muitas vezes torna-se o palco de novos tipos de geocache que não cabem em outras categorias.

v) As *Earthcache* representam locais específicos que as pessoas podem visitar, associados a características da geociência da Terra. A página *web* das *Earthcache* inclui uma série de notas educacionais juntamente com as coordenadas do local. Os visitantes das *Earthcache* podem aprender como o nosso planeta se formou, através de processos geológicos, aprender como gerir os seus recursos e como os cientistas recolhem dados para investigar a Terra. Para registar a visita a uma *Earthcache*, na *web*, é preciso responder a algumas

questões, nomeadamente sobre as características geológicas da sua localização, uma vez que estas geocaches não possuem nenhum recipiente no terreno.

vi) As Geocaches *Wherigo* sustentam-se num conjunto de ferramentas para criar uma aventura, sob a forma de jogo, com o GPS, permitindo a interação do geocacher com o espaço real. Ao integrar a experiência *Wherigo*, com a procura de uma cache, a prática de Geocaching torna-se uma atividade ainda mais interessante e rica, permitindo a interação com elementos físicos e virtuais (objetos e personagens).

vii) As geocaches Evento caracterizam-se por ser uma reunião de geocachers locais ou de organizações de Geocaching. Na página *web*, associada ao Evento, especifica-se uma hora para o evento e dão-se as coordenadas para a sua localização. Existem todos os tipos de eventos, incluindo celebrações, reuniões e *flash mob's*. No final de cada evento, a página *web* associada ao evento é arquivada, o que significa que pode ser consultada, mas já não pode ser editada.

viii) As Evento *Cache In Trash Out* (CITO) são uma iniciativa ambiental suportada pela comunidade do Geocaching, em que o importante é limpar e preservar as áreas naturais que os geocachers apreciam e utilizam enquanto fazem Geocaching. Estes eventos são reuniões, tendo como objetivos a remoção de lixo, a remoção de espécies invasivas, a plantação de árvores e a re/construção de trilhos.

ix) Nas Geocache *Webcam* utilizam-se *webcam's* existentes nos espaços abertos, que podem monitorizar várias áreas, como por exemplo parques naturais. Nestas, o geocacher fica de frente para a câmara e aguarde um registo da sua imagem no *site* onde as imagens da câmara estão a ser exibidas, que posteriormente envia para o *owner*, de forma a poder registar a sua visita.

x) A Geocache Virtual implica a descoberta de uma localização em vez de um recipiente, sendo os requisitos para fazer o registo de uma geocache deste tipo muito variados. Pode ser pedida a resposta a uma questão, acerca da localização, tirar uma fotografia ou realizar uma tarefa, entre outros. Em qualquer dos casos, o geocacher deve visitar o local associado às coordenadas antes de poder fazer o seu registo.

Para além da classificação dada a cada tipo de geocache existem ainda outras características associadas às mesmas: dimensão da geocache e grau de dificuldade. Quanto à dimensão, existem desde microcaches, como por exemplo, caixas de rolo fotográfico ou do tamanho de uma porca de parafuso, a geocaches de tamanho grande, como por exemplo caixas de sapatos, baldes ou até recipientes maiores. Quanto ao grau de dificuldade para descobrir o esconderijo e ao grau de dificuldade no percurso que leva à geocache, a classificação é feita através de uma escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a uma dificuldade menor e 5 corresponde a uma dificuldade maior (Groundspeak, 2014).

2.3.3. Os geocachers e *owners*

Os geocachers, para Matherson, Wright, Inman e Wilson (2008), começaram por ser pessoas que já praticavam desportos ao ar livre, incluindo os caçadores de tesouros. Mas rapidamente este foi um jogo, que pela sua facilidade e diversidade, começou a ser praticado por outro tipo de públicos, como por exemplo crianças ou pessoas de uma faixa etária mais avançada.

As principais razões citadas, pelos praticantes de Geocaching, para a prática desta atividade são: a oportunidade para viajar e conhecer novos locais, a prática de exercício físico e o facto de ser um jogo que permite passar mais tempo em família e entre amigos (Matherson, Wright, Inman, & Wilson, 2008).

Os *owners* são os praticantes de Geocaching proprietários de geocaches. Estes praticantes são responsáveis pela criação e colocação das suas geocaches no terreno, sendo também responsáveis pela sua manutenção. Face à natureza do jogo, sustentado na diversidade de geocaches, é, por vezes, dedicada muita criatividade à criação das mesmas. A diversidade dentro do próprio jogo deve-se à imaginação dos *owners*, já que projetam todas as características da sua geocache. Existem também os que constroem os próprios recipientes de forma engenhosa e criativa, o que valoriza a sua criação e aumenta, muitas vezes, o número de visitas, pela originalidade apresentada. A construção da página de cada geocache é também feita pelo *owner*. Na página, as geocaches são identificadas por um código, um nome e acompanhadas por uma breve descrição. Este espaço virtual contém diversas informações, como por exemplo: o grau de

dificuldade de procura da geocache, grau de dificuldade do terreno, a dimensão do recipiente, as pistas que servem para facilitar a busca, a história relacionada com a geocache e as informações sobre a região onde se encontra, caso o *owner* considere essa informação relevante. É também neste espaço virtual que posteriormente serão registados os comentários dos geocachers que encontraram a geocache ou que estiveram no local e não a encontraram, fazendo assim o registo da sua visita ao espaço físico.

As motivações para a elaboração de novas geocaches, por *owner*, podem ser variadas, passando, no entanto, pelo desejo de mostrar um lugar importante ou de beleza natural a outros geocachers e proporcionar uma experiência agradável, tal como se tem uma experiência agradável quando se visitam geocaches de outros. O'Hara, (2008) aponta um aspeto interessantes do Geocaching, que é o facto de as pessoas participarem nesta atividade não só para vivenciarem experiências, mas também para promover experiências a outros geocachers.

2.3.4. Processamento do jogo

A procura das geocaches no terreno funciona de forma simples. Após a consulta *online* das características da geocache que pretende procurar, o geocacher parte para a sua aventura. Com o seu GPS, dirige-se para o local e, com a ajuda de uma pista, retirada da página da geocache, tenta localizar o recipiente. O registo escrito é feito no *logbook* da geocache no local onde esta foi encontrada e o registo digital é efetuado, através da conta Geocaching. O registo digital, acompanhado, ou não, por fotografias, é composto por comentários sugestivos ou descritivos da aventura do geocacher e, quando necessário, de uma informação ao *owner* sobre o estado de conservação do recipiente. Nestes registos é datada a descoberta que comprova a visita física ao local. No caso das geocaches que não contêm um recipiente físico no local, como por exemplo as *Earthcache*, as *Webcam* ou as geocaches virtuais, o registo deve respeitar os requisitos próprios de cada geocache (Groundspeak, 2014).

2.3.5. Regras e diretrizes de funcionamento

O Geocaching é, como se pode deduzir, um jogo realizado por geocachers e para geocachers e por isso requer regras e normas que ajudam a manter o jogo numa lógica de lealdade, a adotar por todos os praticantes.

As orientações, estipuladas pelos fundadores e divulgadas em www.geocaching.com, são a base do jogo, tal como acontece com qualquer outro jogo. Existem, assim, orientações fundamentais que os *owners* devem ter conhecimento para a colocação de uma nova geocache, tais como: assegurar-se de que possuem permissão do gestor ou proprietário do terreno, seja ele público ou privado; não enterrar, nem parcial nem totalmente as geocaches; não danificar, desfigurar ou destruir propriedades públicas ou privadas; assegurar-se que a vida selvagem e o ambiente natural não são prejudicados durante a procura da geocache; não colocar geocaches em locais restritos, proibidos ou inadequados; assegurar uma distância de pelo menos 161 m (0,10 milhas ou 528 pés) de outras geocaches físicas; saber que as geocaches são permitidas no espaço, noutros planetas e em naves espaciais (Groundspeak, 2014). Os geocachers *owners* devem também ter em conta outras diretrizes, referidas no *site* oficial, para a colocação de novas geocaches, como por exemplo: assegurar os requisitos técnicos da sua geocache, indicando com precisão a coordenada de GPS; assegurar a manutenção da sua geocache, responsabilizando-se pelo seu conteúdo; considerar que as geocaches não são para fins comerciais; assegurar a permanência da sua geocache por um período mínimo de três meses.

2.3.6. O Geocaching na internet e nas redes sociais, em Portugal

A relação do Geocaching com as novas tecnologias tem vindo a crescer e esta atividade já não tem apenas visibilidade no *site* oficial. Dando, como exemplo o *site* português www.geopt.org, este apresenta como principais conteúdos notícias e artigos referentes ao Geocaching e tem ainda a particularidade de divulgar conteúdos estatísticos sobre esta atividade no nosso país.

Também nas redes sociais, o Geocaching vai conquistando espaço. Nestas páginas, a troca de experiências, a partilha de conhecimentos e a divulgação de

eventos são os conteúdos mais comuns. Podemos encontrar, por exemplo, no Facebook um conjunto de páginas associadas à promoção do Geocaching, sob diferentes perspetivas, entre as quais destacamos:

i) O Facebook da comunidade Geocaching Portugal, página criada para promover aventuras de Geocaching, recomendar geocaches e divulgar vídeos e fotografias relacionados com a atividade².

ii) O Facebook do Geocaching na Madeira, página direcionada aos geocachers residentes e visitantes da ilha da Madeira³;

iii) O Facebook GeocacherZONE, página formada por uma equipa de geocachers, com o objetivo de promover esta atividade em Portugal, através de ações promocionais e eventos para a comunidade geocacher⁴.

Os elementos da comunidade procuram, não só interagir aquando da troca de experiências, após e durante cada caça ao tesouro, mas também em eventos que reúnem geocachers. Os eventos criam oportunidades de convívio, de troca de informações e de procura e colocação de geocaches em conjunto, como forma de melhorar a experiência pessoal e até mesmo de melhorar o jogo em si. É nestes encontros que se desenrola também a atividade paralela de venda de artigos/produtos relacionados com o Geocaching.

2.4. O Geocaching e o Turismo

2.4.1. O Geocaching e o Turismo Criativo

Para compreendermos melhor a relação que o Geocaching tem com o turismo é preciso compreender um pouco melhor os novos formatos de turismo. Na “*International Conference on Creative Tourism*”, realizada em 2006, concluiu-se que o turismo tem vindo a evoluir ao longo dos tempos, sendo que atualmente vivemos numa época, em que o tipo de turismo mais procurado é o Turismo Criativo, considerado pela UNESCO a terceira geração de turismo⁵ (UNESCO, 2006). Esta terceira geração exige mais interação. O visitante procura uma interação educacional, emocional, social e participativa com o lugar, com a cultura e com as pessoas que lá

² Informação retirada de <https://www.facebook.com/GCPortugal>, em Maio de 2014

³ Informação retirada de <https://www.facebook.com/geocachingmadeira>, em Maio de 2014

⁴ Informação retirada de <https://www.facebook.com/geocacherzone>, em Maio de 2014

⁵ Considera-se que a primeira geração foi o Turismo de Praia e a segunda o Turismo Cultural

vivem. Este grupo turístico é também mais exigente com os agentes turísticos, que reconhecem a criatividade dentro de sua cidade como um recurso, e proporcionam novas oportunidades para atender aos interesses em evolução dos turistas (UNESCO, 2006).

Creative tourism is travel directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage, or special character of a place, and it provides a connection with those who reside in this place and create this living culture. (UNESCO, 2006)

Segundo Richards e a *Tourism Research and Marketing* de Barcelona (2009) o turismo e a cultura foram as indústrias que mais crescimento tiveram, no século XX e, por isso a combinação das duas foi a principal aposta e o motor do desenvolvimento de alguns países e regiões. No entanto, o crescimento em massa deste tipo de turismo tem levado muitos destinos a optarem por estratégias de desenvolvimento criativas e assim transformar o turismo cultural num turismo mais participativo e criativo. A evolução das sociedades fez com que se alterassem, ao longo dos tempos, as necessidades do ser humano. O ser humano foi desenvolvendo a sua capacidade de dar resposta às suas necessidades básicas, voltando os seus pensamentos agora para outras necessidades de carácter mais individual (Richards, G.; *Tourism Research and Marketing*, Barcelona, 2009). Mais do que se sentir bem, o Homem tem agora outras necessidades de consumo e de desenvolvimento de capacidades intelectuais, ligadas à arte, à cultura e também ao desporto, de modo a desenvolver habilidades e potenciais próprios. Segundo os mesmos autores, o turismo garante a possibilidade da satisfação dessas necessidades do consumidor, ao proporcionar experiências únicas e individuais (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2006). Ao contrário do turismo cultural, centrado na cultura e no património, no turismo criativo o turista cria as suas próprias experiências culturais, interage com a comunidade local e adquire assim conhecimentos sobre a identidade local (UNESCO, 2006).

Segundo Richards (2009) a principal razão que leva as pessoas a se deslocarem a uma nova cidade é uma combinação da atmosfera cultural e histórica da cidade ou destino, onde o mais importante é aprender alguma coisa sobre a cultura local. Esta motivação foi mudando ao longo dos anos, assim como mudou o tipo de turismo mais procurado pelos turistas. Se antes o turismo cultural era a principal escolha dos viajantes, agora o turismo cultural é de certa forma criativo e tem mais valor, pois o que as pessoas procuram é “aprender fazendo” e experimentar a atmosfera das cidades. O autor acrescenta ainda que a principal fonte de informação sobre os destinos, para este tipo de turistas, é a recomendação pessoal e a internet ou mesmo uma combinação entre ambas (Richards, 2009).

Foi o aumento da competitividade, o aumento das viagens e estadias mais baratas, e a crescente possibilidade de realizar grandes viagens sem recorrer aos habituais meios de reserva e compra, assim como a necessidade de desenvolver interesses e gostos pessoais que, segundo Oliveira (2010) trouxeram uma maior autonomia aos turistas, a partir da década de 90. Segundo o autor, foram estes os principais motivos para o aparecimento de tipos de turismo alternativos, os chamados turismo de nicho (Oliveira, 2010). É como nicho turístico que Oliveira (2010) enquadra o Geocaching, uma vez que implica, muitas vezes, uma deslocação com duração superior a um dia, levando por isso à pernoita no destino. O Geocaching é, segundo o autor, um desporto/atividade de ar livre com forte componente de *Touring* independente, uma vez que é um tipo de turismo praticado de forma autónoma e de acordo com as motivações pessoais (Oliveira, 2010).

Uma outra perspetiva, mas em tudo semelhante às anteriores é a de Ihamaki (2012), para quem o turismo criativo é muito mais do que simplesmente visitar um local, baseia-se na interação entre o visitante e o destino. Neste tipo de turismo o turista faz a aquisição do meio através da sua interação com o mesmo, numa envolvimento autónoma, criativa e multisensorial, procurando experiências autênticas, que proporcionem o desenvolvimento pessoal e a aprendizagem. Para esta autora, o Geocaching é uma forma de turismo criativo, visto que traz um novo formato ao turismo de aventura, desportivo e de bem-estar, através de experiências únicas e

memoráveis. O Geocaching envolve as pessoas entre o mundo virtual e o mundo real e é uma ótima forma de sair, fazer algumas caminhadas e passeios, assim como praticar alguns desportos de natureza mais técnicos, como por exemplo a escalada ou o mergulho. Por este motivo turistas experientes, que procuram novas aventuras nas férias e motivos de viagem, usam o Geocaching como complemento à sua viagem (Ihamaki, 2012).

Ainda segundo a autora, de todas as atividades de aventura, as mais procuradas são aquelas que se apresentam como uma variante à caminhada, como é o caso do Geocaching. Para ela, a relação que existe entre o desporto e o turismo é cada vez mais estreita. As pessoas têm cada vez mais consciência dos benefícios do desporto na saúde e estes são benefícios que as atividades de natureza recreativa, em geral, e o Geocaching em particular, proporcionam, uma vez que este jogo estimula tanto a prática de exercício físico, como o pensamento tático. Por este motivo, o Geocaching é considerado uma versão melhorada da caça ao tesouro tradicional (Ihamaki, 2012).

Uma outra característica comum ao turismo criativo, e à prática de Geocaching, é que o turista tem a possibilidade de ser mais do que consumidor, ou seja, de ser também um criador de experiências. O Geocaching é uma forma de se ser criativo, fazendo novas descobertas ou proporcionando novas descobertas a outros praticantes (Ihamaki, 2012).

No Geocaching, o GPS oferece aos turistas novas formas de viajar, com informações detalhadas sobre o caminho a seguir para o destino e ainda informações sobre o que encontrar no destino, desde monumentos, a restaurantes e alojamento (Ihamaki, 2012). O Geocaching, como jogo de aventura e de experiências alternativas, abrange o mais variadíssimo público, desde um público mais literado e ligado à cultura e à história, a pessoas mais viradas para a natureza e para os desportos de aventura e de lazer. É comum, no Geocaching, existirem pessoas que abandonam a sua zona de conforto e desenvolvem novas habilidades para encontrar uma geocache, como forma também de se colocarem à prova.

Segundo Ihamaki (2013), ainda que o turismo criativo se sustente na participação, na aprendizagem e na experiência do autêntico, a autenticidade da

experiência deve resultar da autenticidade dos locais, ou seja, de produtos e experiências que transmitam, de forma natural, a identidade local, a sua cultura e os seus costumes. De acordo com Ihamaki (2013), no Geocaching, essa autenticidade resulta da beleza natural e dos locais escolhidos para as geocaches e a participação, e a aprendizagem resulta da forma como esta atividade decorre no meio, uma vez que os geocachers fazem uma gestão interessante entre as novas tecnologias, o exercício na natureza e as suas viagens. O Geocaching permite a vivência de experiências criativas e pode ainda ser visto como um desporto, na medida em que se assemelha à orientação e, por vezes, requer o domínio de outras habilidades, como por exemplo, escalar montanhas ou fazer mergulho. A autora acrescenta ainda que o Geocaching pode ser comparado à observação de pássaros, comboios ou aviões, uma vez que, em cada uma destas atividades, a vivência de experiências criativas nos destinos é o mais importante. As fotografias, as lembranças, as geocaches e peças de coleção situam-se entre o material e o imaterial recolhido, em que o imaterial pode ser baseado no número de experiências colecionadas ou locais visitados, como por exemplo, locais de geocaches (Ihamaki, 2013). Para os geocachers um lugar interessante pode ser um local onde exista uma geocache ou um local bonito para se ver e experienciar. O geocacher é o tipo de turista que procura produtos intangíveis, ou seja, experiências inesquecíveis e memoráveis e é, também, através da prática do Geocaching que lhe são facilitadas esse tipo de experiências.

O Geocaching permitiu criar uma nova perspetiva do turismo de aventura nas cidades, envolvendo geocachers locais no planeamento desse tipo de turismo. As experiências criativas são parte do jogo, sendo que o objetivo é sempre criar novas geocaches e apresentar novos lugares, de forma a criar mais experiências para outros praticantes. O Geocaching permite a fuga ao quotidiano, permitindo dar largas à imaginação e fugir daquilo que é rotineiro (Ihamaki, 2013).

Em suma, o turismo criativo é, sem dúvida, uma aposta atual para muitos destinos turístico, e o Geocaching pode ser uma oportunidade de desenvolver esse tipo de turismo numa determinada região. O Geocaching encaixa no tipo de turismo criativo na medida em que o geocacher, enquanto visitante, tem um papel muito ativo na descoberta do meio. É ele que decide o que visitar e como visitar e, mais do que isso, é desta forma que ele retira o contributo do destino para si e se

envolve com o mesmo. O Geocaching, para este tipo de viajantes, tem um papel importante no decorrer da viagem, pois é através do jogo que é decidido onde ir e onde parar. A recompensa é a descoberta de lugares, que podem até ter uma importância menor no destino, mas que passam a ter muita importância para quem os procura através do jogo. Estes lugares podem ser além de um museu uma praça principal ou um monumento importante, um banco de jardim menos conhecido, uma vista em determinado miradouro ou até mesmo um sinal de trânsito ao virar da esquina, porque o que é importante é o prazer de conhecer o local e a experiência que daí decorre. O Geocaching dá ainda ao visitante a possibilidade de conhecer histórias, tradições ou lendas que, sem ser através do jogo, o visitante poderia não ter oportunidade de conhecer. O Geocaching permite o acesso a conhecimento de locais e culturas, de uma forma diferente dos visitantes comuns.

Dando como exemplo as *Earthcache*, Fernandes (2013) refere como os geocachers através de uma geocache, que não tem um objeto físico no local, observam pormenores geomorfológicos e a paisagem de um ponto de vista de quem se apropria de um lugar, reforçando a sua funcionalidade. A perspetiva que o autor apresenta vem reforçar a forma criativa, atenta e diferente de como os geocachers olham para os locais e até mesmo para os destinos. Com o Geocaching existe sempre alguma coisa a aprender. O jogo passa a ser a ponte criativa entre o destino e o jogador. O Geocaching pode ser uma forma de turismo criativo sem custos, nem para os operadores dos destinos, nem para os visitantes, que apenas precisam de possuir o seu próprio GPS ou telemóvel.

Um outro exemplo são as geocaches *Wherigo* que, utilizando uma aplicação para telemóvel com GPS, e através de uma personagem virtual, vão conduzindo o jogador pela vila ou pela cidade, proporcionando-lhe uma visita guiada, com factos reais e pistas de jogo para, no final, encontrar a geocache física. Da mesma forma, mas sem aplicação para o telemóvel, e de forma mais tradicional, as Multi-cache obrigam também, muitas vezes, a uma passagem por pontos estratégicos para observar, por exemplo, o número de bicas de uma fonte ou informações datadas, em monumentos, antes de fazer o cálculo para a geocache física.

Apesar de ainda não existir nenhuma *Geotour* em território português, este pode ser um bom exemplo do funcionamento em rede e da criatividade do

Geocaching, uma vez que esta forma de fazer Geocaching envolve, a nível local, tanto os geocachers como a comunidade e ainda os agentes turísticos (tema a ser desenvolvido mais adiante).

2.4.2. Conexões entre o Geocaching e o Turismo

Segundo Lemos (2005) a informatização da sociedade é toda a transformação das práticas sociais a que temos assistido nos últimos anos e uma diferente vivência do espaço urbano e da forma como se produz e consome a informação. Cada vez mais é a informação que se desloca ao consumidor, através de redes de internet, hoje em dia mais presentes na vida das cidades e de quem as habita. Segundo o autor, o século XXI é a era da conexão e da mobilidade, era em que os computadores e os telemóveis vêm cada vez com mais funções e a internet móvel está muito mais presente no espaço exterior e, por isso, muito mais acessível. Estas facilidades das novas tecnologias fazem dos turistas pessoas muito mais autónomas e participativas no antes, durante e depois da viagem (Lemos, 2005).

Para Boulaire e Hervet (2012), o Geocaching oferece a oportunidade de explorar territórios e esta característica não deve ser ignorada no desenvolvimento de planos de marketing do turismo, pois o Geocaching possui potencialidades que podem ser aliadas a outras atividades que também dão o seu contributo na atividades turísticas, como por exemplo, os desportos de aventura mais radicais. No Geocaching existem as geocaches extremas que são geocaches normalmente de categoria tradicional, mas que têm a particularidade de estarem localizadas em locais de difícil acesso e que, por isso, são geocaches específicas para quem pratica atividades de desportos radicais. Por exemplo, geocaches que necessitem de uma subida em escalada, geocaches que estejam dentro de água e sejam acessíveis apenas por mergulho ou geocaches em cascatas naturais e que sejam acessíveis só a praticantes que façam *canyoning*.

O autor faz referência a vários exemplos a nível mundial de combinações feitas entre o turismo local de determinadas regiões ou países e o Geocaching. Um dos

exemplos dados é do departamento de divulgação da região *La Manche*⁶, em França que, na sua página de divulgação do território, fazem referência a três formas de praticar Geocaching e conhecer a região. A primeira refere-se à caça ao tesouro e a várias geocaches enigma existentes no território. A segunda mostra como é possível utilizar o Geocaching como forma única de descobrir ou redescobrir o território, o seu potencial e geocaches de interpretação do território, que substituem de forma divertida os folhetos tradicionais e painéis de divulgação turística. A terceira divulga itinerários tecnologicamente assistidos, chamando a atenção para a diversidade de meios de transporte existentes e para os níveis de dificuldade das caminhadas, que podem ser escolhidas de acordo com os objetivos do visitante (Boulaire & Hervet, 2012).

Outro dos exemplos apresentado pelo autor, é no Alasca, onde uma associação de geocachers aproveita o Geocaching para promover e divulgar ações desenvolvidas para a preservação de parques naturais e trilhos de caminhada na região, incentivando os seus membros a criarem geocaches CITO. A associação produz as suas próprias *geocoins*, com símbolos culturais locais (Boulaire & Hervet, 2012).

O último exemplo referido pelo autor é relativo, à organização “*Regional Turism Committer of the Limousin*”, em França, que criou as chamadas “Terra Aventura”, onde existem trinta geocaches escondidas e associadas a diferentes trilhos turísticos, destinados a famílias visitantes. O objetivo foi criar algo que permitisse expandir e descobrir o território e ao mesmo tempo fosse facilmente adaptado a diferentes públicos. Divididas em oito temas, cada uma das trinta geocaches, reúne a informação necessária à exploração da região (Boulaire & Hervet, 2012).

Assim, segundo Boulaire e Hervet (2012) é possível aliar o Geocaching à promoção turística de duas formas. A primeira consiste em promover o Geocaching divulgando geocaches já existentes nos destinos ou eventos que estejam a decorrer. A segunda consiste em promover regiões ou destinos, utilizando o Geocaching como forma de explorar aquilo que o destino tem para oferecer. Nesta segunda estratégia, o que o destino tem de melhor pode ser promovido com o Geocaching, através da criação novas rotas para descobrir lugares menos conhecidos ou da realização de

⁶ Área turística do norte de França na região de Basse-Normandie

eventos em datas que assinalem acontecimentos históricos, relacionados com o destino.

Schneider, Silverberg e Chavez (2011), concluíram que o Geocaching também pode levar a novos desafios e oportunidades para gestores locais ou para certas entidades, como por exemplo parques naturais. O Geocaching traz oportunidades e benefícios não só para estas entidades, mas também para o turismo.

Entendendo-se por um benefício uma mudança, ou seja, uma melhoria individual ou coletiva (por exemplo reforçar práticas responsáveis ao nível ambiental), entendemos que as atividades na natureza e as experiências daí resultantes podem ser um operador de mudança, sendo o maior desafio, segundo Schneider, Silverberg e Chavez (2011), encontrar o balanço entre, por um lado a preservação da natureza e por outro o aumento do número de caminhantes em zonas de natureza provindos do Geocaching. Ainda assim, os autores concluem que esta atividade tem uma grande relação com a preocupação com a natureza, uma vez que os geocachers demonstraram preferir geocaches com a manutenção feita e em locais limpos (Schneider, Silverberg, & Chavez, *Geocachers: Benefits Sought and Environmental Attitudes*, 2011).

Também, segundo Fernandes (2013) o Geocaching apresenta um grande potencial para o turismo, na medida em que revela a capacidade de modelar a imagem do espaço geográfico e lhe atribuir novos significados, como uma nova fonte de experiências. O Geocaching representa, assim, uma nova forma de olhar o espaço físico e o território onde vivemos e o que exploramos, sempre que viajamos para um local e o descobrimos ou redescobrimos. É nos locais a descobrir ou a redescobrir, que o geocacher acrescenta perspetivas de observação, muitas vezes originais e deixa o seu testemunho, tanto no registo escrito feito no local, como à posterior no registo *online*. Para Fernandes (2013) o Geocaching é um exemplo positivo de como a imagem de um destino, dada através de canais de marketing ou de canais paralelos onde se publicam experiências vividas, pode ser alterada positiva ou negativamente e de como essa imagem pode ser utilizada, uma vez que ela é modeladora da imagem do destino.

O geocaching, para além de tudo o que se referiu, é um universo de impressões geográficas que viajam no espaço digital, um pretexto de viagem, um novo olhar sobre as geografias próximas ou longínquas e, por isso, uma prática pós-moderna que reforça o sentido do lugar e o carácter geográfico da cidadania contemporânea. (Fernandes, 2013, p. 302)

Ainda, segundo Fernandes (2013), o Geocaching é uma atividade que se tem associado de forma espontânea aos símbolos das cidades ou destinos. Não existem hoje em dia muitos monumentos que não tenham uma geocache nas suas imediações alusiva ao próprio monumento. Pode assim dizer-se que esta é uma prática que fortalece os destinos, reforça os pontos de maior interesse, reforça rotas já estabelecidas ou promove novas rotas e dá a conhecer locais, que embora menos conhecidos, passam a ser divulgados pelos geocachers sempre que há um registo ou a colocação de uma nova geocache. Segundo este autor, para quem pratica, o Geocaching pode ser visto como um guia turístico de divulgação do território e de acesso fácil numa prática que leva o turista ou visitante a explorar locais apenas com a ajuda de um GPS. O Geocaching acrescenta diversidade e abre opções a quem viaja ou faz turismo por circuitos paralelos, em geral, menos conhecidos.

...esta prática resgata lugares e elementos da paisagem e convida à paragem e à observação mais atenta, nas cidades e fora delas, nos centros históricos e nas periferias suburbanas mas também nas áreas de montanha, nas margens dos rios e nos espaços rurais. (Fernandes, Tecnologia, georreferenciação e novas territorialidades – o caso do geocaching, 2012, p. 178)

2.4.3. Turismo Geocaching, Geotours e Geoeventos

Sempre que existe uma deslocação, com a intenção de praticar Geocaching e pernoitar no destino, podemos falar de uma nova modalidade turística, o Turismo de Geocaching, que segundo Fernandes (2013), é uma nova categoria, e vai ao encontro das mais recentes motivações dos turistas.

Informalmente, o Geocaching tem vindo a ser muito utilizado por alguns destinos para a sua divulgação à comunidade Geocaching, tanto através da divulgação de geocaches, como de Geoeventos ou mesmo *Geotours* já planeadas. O Geocaching promove, de forma mais direta para praticantes e de forma menos direta para não praticantes, castelos, rotas, destinos, etc.

Não existe ainda nenhuma definição, especificamente criada, para o turismo de Geocaching. No entanto, são vários os autores que começam a ver esta atividade com uma forma de turismo. Oliveira (2010) faz referência a certas características do Geocaching, que fazem deste jogo uma atividade eminentemente turística, uma vez que, segundo o autor, implica deslocação e/ou viagem de curta duração e uma motivação, cujas razões normalmente são: a descoberta, o conhecimento, a aventura, a diversão, o contacto com ar livre e a deslocação para visitar locais urbanos, rurais ou naturais, a ser realizadas individualmente ou em grupos específicos, como por exemplo em família ou com amigos. Para facilitar esse novo tipo de procura foram criadas, na página oficial do Geocaching, rotas turísticas, denominadas de *Geotours*.

As *Geotours* são, talvez, o melhor exemplo de atividades Geocaching potenciadoras do turismo das regiões. Como roteiros estruturados para orientar o geocacher numa determinada região ou parque natural, permitem conhecer pontos de paragem com interesse, dos quais são exemplo, um monumento natural ou construído, um restaurante típico que dá a conhecer a gastronomia local, uma vista panorâmica ou até mesmo um local para pernoitar, permitindo, desta forma, o contacto com a população local.

As *Geotour* são percursos marcados e registados através da aglomeração de algumas geocaches de uma determinada região turística e da atribuição de um tema. Segundo informação retirada do *site* oficial do Geocaching, as *Geotours* começaram na América com a primeira *Geotour* denominada por *Washington State Park Centennial* (Agence Grain de Sel, 2014).

Cada uma das *Geotours* possui a sua própria temática, como exemplo temos: *Taking Flight Geotour*, baseada em espaços selvagens e aves da Flórida, destinada especialmente a observadores de aves; as geocaches do Colorado *SouthPark Geotour* nas paisagens e recursos naturais da região centro do Colorado *South Park*; ou a nova

Geotour Southwest Vendeen, em França, inaugurada entre 29 de Maio e 1 de Junho de 2014. Esta nova *Geotour* na Europa de paisagens, lagos, rios, cultura e património histórico, vive de 150 geocaches distribuídas por vários percursos, projetados para serem realizados a pé ou de bicicleta (Groundspeak, 2014).

Existem quase quarenta *Geotours* registadas em www.geocaching.com, sendo a grande maioria na América do Norte, nos Estados Unidos e no Canadá, existindo apenas mais duas na Alemanha, duas no reino Unido e uma na América do Sul, no Perú (Groundspeak, 2014).

A *Geotour “In The Andes of Peru”*, composta por 44 geocaches é a *Geotour* de maior altitude que existe, a mais de 4000 metros e é a única da América do Sul. Esta *Geotour* tem uma particularidade importante. Ela surgiu de um plano de desenvolvimento local, com o objetivo de consciencializar e incentivar a participação, da população local, na preservação dos seus recursos naturais e incluí, ainda, alguns projetos de ação ambiental, para serem realizados pelos geocachers participantes, ou incentivar à visita a locais de referência, como intervenção de sucesso, como por exemplo um reflorestamento. Além do referido, este roteiro tem ainda por objetivo combater a desertificação local através do aumento do fluxo de visitantes provenientes do Geocaching. Este é um projeto cuja filosofia de base é o ecoturismo, com o objetivo de preservar o vale e, por isso, as geocaches devem ser exploradas a pé ou de bicicleta (Schudiske, 2014).

As *Geotours* funcionam, deste modo, como roteiros turísticos, que podem ser construídos por qualquer geocacher ou por agências de turismo ou de viagem, que encontrem, numa determinada região, elementos suficientes e interessantes para uma *Geotour*. Por este motivo as *Geotours* apresentam-se, como a componente do Geocaching mais próxima daquilo que é a natureza da atividade turística.

De uma forma semelhante alguns destinos em Portugal também têm, através do Geocaching, promovido percursos e geocaches da região, que, em vez de estarem registadas na página das *Geotours*, são divulgadas através de eventos.

Como exemplos deste tipo de ações, têm surgido várias iniciativas municipais. Caso da Câmara Municipal de Seia que já promoveu alguns eventos de Geocaching com ligação às Aldeias de Montanha existentes na região:

Sabugueiro, Lapa dos Dinheiros, Valezim, Sazes da Beira, Loriga, Cabeça, Alvoco da Serra, Teixeira e Vide (Município de Seia, 2014).

Segundo a Rádio Condestável (2014), o município de Vila de Rei reforçou a rede de Geocaching da região com o objetivo de atrair turismo através da colocação de 11 novas geocaches em importantes pontos turísticos e culturais do concelho, realizando posteriormente um evento para ajudar também à divulgação da região.

Por último, é importante também referir, segundo a Groundspeak (2014), que a Câmara Municipal de Lagoa em São Miguel (Açores) se candidatou à realização da Cerimónia de Entrega dos Prémios GPS 2013 e que esta se realizou nos dias 5, 6 e 7 de Setembro de 2014⁷.

Os eventos Geocaching acontecem com alguma frequência e com divulgação na página oficial. Existem quase diariamente, e a maioria desses eventos são de pequenas dimensões e convidam os geocachers a uma deslocação e à participação mais ativa na vida da comunidade do Geocaching e das comunidades locais. Um evento com procura de geocaches leva a conhecer uma determinada região e a potenciar a sua procura mesmo depois do evento ter ocorrido, uma vez que as geocaches divulgadas no evento são depois procuradas por outros praticantes.

Para além dos eventos mais pequenos, existem ainda os Mega-Eventos. Esta designação é utilizada para eventos que levam geocachers a participar em eventos a nível regional, nacional e internacional. Os Mega-Eventos contam com a participação de pelo menos 500 pessoas. Este tipo de eventos pode ser promovido com um ano de antecedência, de forma a permitir a sua divulgação a um maior número de praticantes (Groundspeak, 2014).

Segundo a Groundspeak (2014), o primeiro Mega-Evento registado realizou-se nos Estados Unidos da América, em *Cedar Hill State Park*, no Texas, organizado pela Texas Geocaching Association no fim de semana de 27 de Maio de 2010⁸. Este Mega-Evento integrou diversas atividades, como por exemplo, a

⁷ http://www.geocaching.com/geocache/GC52ABK_cerimonia-de-entrega-dos-premios-gps-2013

⁸ http://www.geocaching.com/geocache/GCRRC6_geowoodstock4?guid=5c16db88-78f0-421f-8282-9f26605d4ee6

procura de geocaches na tentativa de quebrar recordes de um maior número de geocaches encontradas em 24 horas, um churrasco e outras atividades relacionadas com o jogo.

Em Portugal, o primeiro Mega-Evento realizou-se na Malveira com a intenção de comemorar os 10 anos de Geocaching, a 1 de Maio de 2010⁹. Neste evento participaram 522 praticantes de todos os pontos do país, com o apoio da Junta de Freguesia da Malveira, da Câmara Municipal Mafra e do Turismo de Mafra, entre outras entidades e empresas. Este evento comemoração integrou diferentes tipos de atividades, tais como jogos, caminhadas, feira de *geocoins* e *trackables*, almoço e jantar convívio (Groundspeak, 2014).

Os Mega-Eventos, apesar de acontecerem com menor frequência que os eventos normais, realizam-se com alguma periodicidade em território português.

O aniversário do Geocaching tem sido o período mais escolhido para este tipo de eventos e o último Mega-Evento realizou-se em Sintra, entre os dias 6 e 10 de Junho de 2014. Este evento foi “apoiado” pela Câmara Municipal de Sintra, e suportado em atividades diversificadas e caminhada, que permitiram aos praticantes conhecer o património cultural e natural de Sintra. O evento foi divulgado em labs.geocaching.com, onde se encontram os mais recentes e inovadores acontecimentos do Geocaching de todo o mundo. Esta ação permitiu à organização ter uma maior visibilidade e notoriedade, e assim convidar os praticantes de diferentes partes do globo a virem visitar Portugal.

Como comunidade mundial que o Geocaching é, desde que acontecem, os eventos vão tendo cada vez maiores proporções. O objetivo destes encontros é conhecer mais praticantes e locais onde a atividade se desenrola. É também o convívio, a troca de experiências, de vivências e de aventuras, que leva os praticantes de vários países a viajar para um único local, com a intenção de encontrar companheiros de jogo e pessoas que partilham e vivem experiências semelhantes. Esta vontade de viajar e conhecer pessoas que partilham o mesmo tipo de experiências levou, recentemente, a uma nova tipologia de eventos, os Giga-Eventos, que pretendem juntar mais de 5000 geocachers. Em 2014 ocorreu

⁹ http://www.geocaching.com/geocache/GC23425_10-years-malveira-portugal?guid=16515839-d171-4188-81c4-c4832767fda7

o primeiro, em Munique, na Alemanha, organizado pela equipa Munich Giga Event Team, entre os dias 15 e 17 de Agosto¹⁰.

2.5. Distribuição geográfica do Geocaching

A distribuição geográfica das geocaches pelos vários continentes apresenta forte assimetria, existindo maior concentração na América do Norte e na Europa Central, regiões onde é maior também o número de praticantes. (Groundspeak, 2014).

Fernandes (2012) apresenta uma explicação para a maior concentração de geocaches e geocachers em determinados pontos do mundo, como é o caso da Europa e da América do Norte. Estas são populações com maior capital de mobilidade e tradição de consumo de serviços e produtos turísticos e de lazer, através de atividades de *outdoor*, como o trekking e o pedestrianismo, e para quem a segurança e confiança nos espaços públicos é uma realidade. Por outro lado, são também zonas onde existem uma utilização de tecnologias de informação e comunicação mais massiva.

Em Portugal o Geocaching iniciou-se 2001 com a geocache "AlfaRomeu Abandonado!", localizada na Rua da Murtas em Lisboa. Apesar de esta geocache já não se encontrar ativa, o Geocaching em Portugal cresceu, desde esse marco histórico, imenso, existindo, neste momento, cerca de 39821 Geocaches atualmente (CGeo, 2014) e cerca de 36894 geocachers registados, só em território português, como é possível verificar nos gráficos 1 e 2.

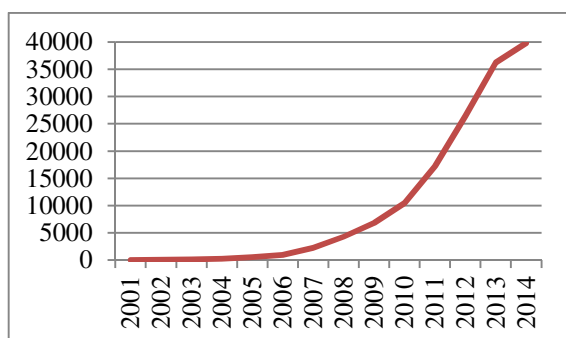


Gráfico 1- Evolução das geocaches em Portugal¹¹

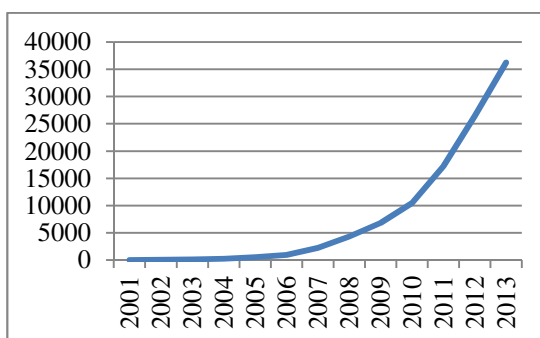


Gráfico 2- Evolução dos geocachers em Portugal¹²

¹⁰ http://www.geocaching.com/geocache/GC4K089_project-munich2014-mia-san-giga

¹¹ Fonte: baseado em informação retirada de <http://www.geopt.org/index.php/history/evolucao-de-geocaches-em-portugal>, em Maio de 2014

¹² Fonte: baseado em informação retirada de <http://www.geopt.org/index.php/history/evolucao-de-geocachers-em-portugal>, em Maio de 2014

Entre as 10 geocaches mais visitadas em Portugal encontram-se oito geocaches em Lisboa, uma no Funchal e uma na Ponta de Sagres, como se pode verificar no gráfico 3. Sendo estas também as zonas preferidas dos geocachers estrangeiros que visitam Portugal, pois entre as vinte geocaches mais turísticas (com maior número de visitantes estrangeiros) em Portugal, encontram-se nove em Lisboa, nove na Madeira, sendo que quatro delas se situam no funchal, e duas na costa Algarvia, uma delas é a geocache da Ponta de Sagres, como se pode verificar no gráfico 4 (CGeo, 2014).

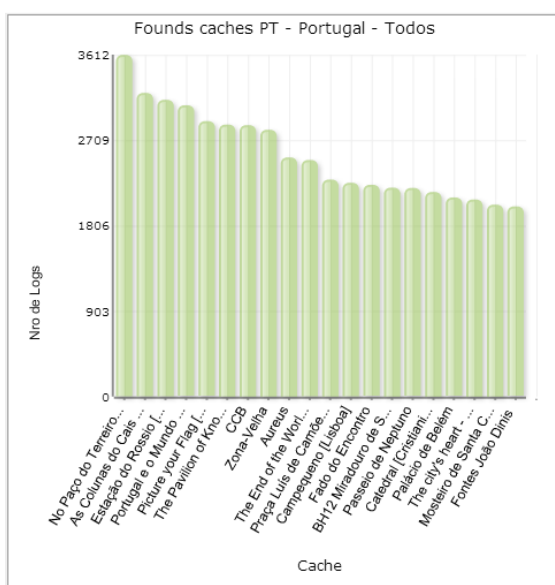


Gráfico 3 - Geocaches com mais registos em Portugal¹³

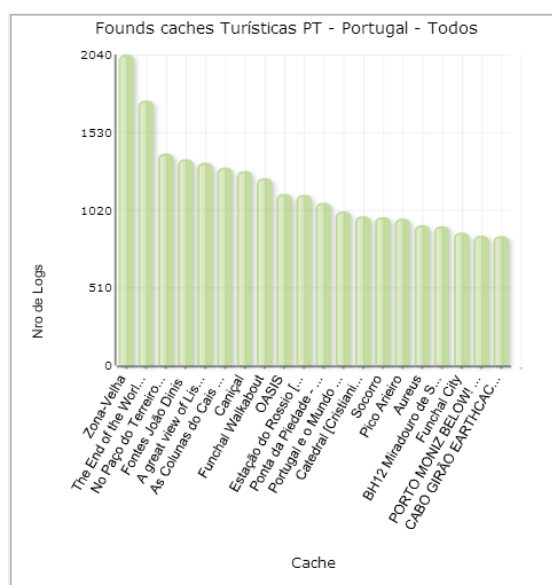


Gráfico 4 - Geocaches com mais registos, efetuados por turistas estrangeiros, em Portugal¹⁴

Portugal é constituído por paisagens muito diversificadas. Santos, Mendes, Rodrigues e Freire (2012) referem que o território geográfico português possui desde paisagens montanhosas a planícies, vales e ainda uma imensa costa com inúmeras praias por toda a orla costeira. Portugal possui zonas metropolitanas, com maior densidade populacional e paisagens rurais no seu interior. Além disso, é um país com clima mediterrânico e muito sol durante as estações mais quentes, o que favorece as atividades ao ar livre.

No entanto, no nosso território, a maior parte das geocaches encontram-se nas zonas metropolitanas de Lisboa e Porto e seus arredores e em alguns concelhos posicionados entre estes dois pontos. Esta distribuição é o reflexo da distribuição

¹³ Fonte: retirado do site <http://www.geopt.org/index.php/caches/visitas>, em Maio de 2014

¹⁴ Fonte: retirado do site <http://www.geopt.org/index.php/caches/turisticas>, em Maio de 2014

geográfica da população nacional e, de forma quase direta, é também o reflexo da distribuição de residência de um maior número de geocachers ativos em Portugal (Fernandes, 2012). Numa análise mais pormenorizada, a distribuição do maior número de geocachers faz-se pelos concelhos de Figueira da Foz e Viseu, segundo Fernandes (2012), no momento da contagem. Apesar da dimensão geográfica destes concelhos, a permanência local de geocachers ativos e a atividade Geocaching por eles incitada leva ao crescimento do mapa de pontos Geocaching nos concelhos.

Segundo Santos, Mendes, Rodrigues e Freire (2012) dez anos depois de o Geocaching ter chegado a Portugal havia em território continental 18500 geocaches, 17000 geocacher registados e quase 2000000 registos efetuados. Segundo os autores muitas geocaches são colocadas em locais de património e detêm na sua página informação do mesmo, acompanhada de fotografias, sendo que muitos dos registos efetuados nessas geocaches são feitos por estrangeiros. No mesmo artigo as geocaches mais visitadas em Portugal localizam-se no Centro Cultural de Belém e no Parque das Nações, dois pontos de interesse turístico da cidade de Lisboa.

Ainda assim, apesar de esta atividade ter começado em 2001 em Portugal, foi essencialmente a partir de 2006 que o Geocaching começou a ter maior crescimento, existindo, com base neste estudo, em território português, mais geocaches em áreas rurais e semirurais, com maior incidência para zonas de plantação e/ou em associação com zonas de vegetação herbácea, seguido das zonas urbanas e florestais. Este estudo demonstra que o Geocaching é um jogo preferencialmente a ser jogado fora dos centros urbanos e que, por isso, possui uma maior concentração de geocaches em zonas rurais perto de áreas urbanizadas. A localização das geocaches em Portugal continental é mais intensa junto à costa e apesar de se localizarem essencialmente em municípios com paisagens mais atraentes, estas localizam-se geralmente junto a áreas urbanas, demonstrando que os geocachers portugueses preferem locais de património com património natural significativo, embora não muito distante das suas zonas habituais de residência (Santos, Mendes, Rodrigues, & Freire, 2012).

Segundo Mendes, Rodrigues e Rodrigues (2013), nesse ano, Lisboa era detentora de 3,23% do total das 27534 geocaches nacionais existentes na altura, sendo que, nas áreas urbanas a localização das geocaches era essencialmente em

lugares simbólicos, como por exemplo em parques, pontos turísticos e bairros históricos. Na cidade de Lisboa existem locais emblemáticos mais escolhidos como por exemplo junto ao rio Tejo. É de frente para ele que se concentram o maior número de geocaches, cerca de 25% das geocaches da cidade, seguido do Monsanto e da Avenida da Liberdade. Na Avenida da Liberdade, por ser uma das avenidas mais emblemáticas da cidade, e em Monsanto, por ser o maior parque da cidade e um espaço ao ar livre, com boas paisagens e acessibilidade. O autor destaca vinte geocaches consideradas as TOP20 da cidade de Lisboa. Dessas geocaches, metade encontram-se em locais com vista direta para o rio Tejo e, excetuando dois casos, todas as outras se localizam junto ao património cultural da cidade, bairros antigos e monumentos da cidade moderna, mas sempre em áreas abertas. Quanto à página destas geocaches, a maioria faz referência à visão do lugar, à história da cidade e possuem tradução para o inglês. Segundo o autor o TOP15 das geocaches de Lisboa, apesar de representarem uma pequena parte das geocaches da cidade, é muito representativo das zonas de interesse da cidade para geocachers nacionais e internacionais.

2.6. Caracterização dos praticantes de atividades desportivo-recreativas em espaços naturais

São poucos os estudos Geocaching feitos até ao momento, não existindo ainda uma caracterização sociodemográfica dos praticantes desta atividade, nem do comportamento em viagem deste grupo de viajantes/turistas. No entanto, o Geocaching tem algumas das características do Desporto de Natureza, se considerarmos que este tipo de viajantes procura, essencialmente locais, com geocaches, que se caracterizam por serem normalmente zonas naturais ou com bens culturais.

Face às características do Geocaching, as zonas de interesse para colocar geocaches localizam-se preferencialmente fora dos centros urbanos, em zonas rurais, perto de zonas urbanizadas (Santos, Mendes, Rodrigues e Freire, 2012).

Estas constatações levam-nos assim a explorar neste subcapítulo estudos já realizados em que existe uma caracterização sociodemográfica e motivações de praticantes de Desportos de Natureza, feita por Melo (2013) e, de turistas que

visitam Áreas Protegidas Portuguesas, caracterizados por Marques, Reis e Menezes (2010). Quanto à caracterização das motivações para a prática da atividade Geocaching, existem alguns estudos, como por exemplo os realizados por Farvardin e Forehan (2013) e O'Hara, (2008) e será essencialmente com base nestes que será efetuada a caracterização da prática desta atividade.

Quanto aos atributos de destino, é apresentada a forma como é desencadeado o processo associado ao consumo turístico, assim como o modelo de *push-pull*, que explica esse consumo. Serão, posteriormente, apresentados os atributos de destino mais valorizados pelos praticantes de surf, caracterizados por Reis (2012) e por Barbieri e Sotomayor (2013) e apresentados os atributos de destino valorizados pelos visitantes de destinos rurais no norte de Portugal, uma vez que os visitantes destes destinos estão, na nossa perspetiva, mais próximos dos praticantes de Geocaching. Apesar dos surfistas serem um grupo diferente dos praticantes de Geocaching, estes, tal como os geocachers, também valorizam atributos de destino e atributos relacionados com a prática da atividade no destino.

2.6.1. Perfil dos praticantes de atividades desportivo-recreativas em espaços naturais

Tomando por base a caracterização sociodemográfica dos praticantes de Desportos de Natureza, Melo (2013), mais de metade dos praticantes de Desportos de Natureza é de género masculino, com idades situadas entre os 18 e os 34 anos e que, no género feminino o maior número de praticantes se situa entre os 18 e os 30 anos e que no género masculino o maior número de praticantes está na faixa etária entre os 31 e os 43 anos.

No estudo anteriormente citado, verifica-se que os praticantes de Desporto de Natureza mantem uma situação ativa perante o trabalho e, dos que não mantêm uma situação ativa perante o trabalho, cerca de um quinto, são estudantes. No que respeita ao grupo profissional o autor conclui que a grande maioria dos inquiridos, ou dos elementos mais ativos do agregado familiar, no caso dos indivíduos não ativos na situação profissional, se enquadrava essencialmente em três grupos altamente qualificados: o grupo técnico profissional de nível intermédio, o grupo de

especialistas das profissões intelectuais e científicas e o grupo dos quadros superiores da administração pública ou de empresas.

Quanto ao nível académico e rendimentos mensais Melos (2013) concluiu que a maior percentagem dos praticantes de Desportos de Natureza possui estudos de nível superior e que quase metade dos praticantes auferem rendimentos que se encontram acima do valor médio do rendimento mensal líquido da população portuguesa, que ronda os 809€.

No estudo de Marques, Reis e Menezes, em 2010, sobre os visitantes de Áreas Protegidas Portuguesas verificou-se que cerca de metade eram do género feminino entre os 25 e os 44 anos, com um elevado nível de educação. Do total dos visitantes três quartos eram empregados e dois terços com renda familiar mensal líquida de mais de 1000 euros e apenas 16% era estudante. A amostra de visitantes revelou que de 56% de visitantes eram provenientes das regiões urbanas da grande Lisboa, do grande Porto e da península de Setúbal e de regiões localizadas perto de Áreas Protegidas (Marques, Reis, & Menezes, 2010).

2.6.2. Motivações dos praticantes de atividades desportivo-recreativas em espaços naturais

Melo (2013), quanto às razões para a prática de Desportos de Natureza, concluiu que as que apresentaram maior destaque foram, para: “estar em contacto com a Natureza; apreciar a Natureza e a Paisagem; defender o Ambiente” e “ter novas experiências/ sensações de Aventura; desafiar as capacidades; pôr-se à prova” e que a razão com menor destaque foi “estar envolvido numa competição desportiva”.

As motivações dos visitantes de Áreas Protegidas de Portugal (Marques, Reis, & Menezes, 2010) têm por base três tipos de turismo:

- i) “Ecoturismo” - motivações que vão ao encontro de um turismo ecológico, socioculturalmente sustentável e que minimiza os impactos indesejáveis sobre o meio ambiente natural, cultural e social;
- ii) “Turismo de natureza” - motivações que vão ao encontro de um tipo de turismo de observação da natureza da sua fauna, flora e paisagens;

iii) “Turismo de Aventura” - motivações que vão ao encontro de um tipo de turismo mais ligado ao risco e à exposição a um perigo controlado em ambiente natural, através de práticas desportivas na natureza.

O Geocaching apresenta vários desafios, alguns são desafios mais físicos, outros intelectuais e outros ainda de carácter competitivo, por este motivo existem várias razões que levam à prática desta modalidade recreativa. Na literatura, várias são as motivações apresentadas para praticar Geocaching, no entanto a maioria dos autores apresenta como motivo principal a ocupação de tempos livres com a prática saudável de uma atividade ao ar livre. Fazer caminhadas no exterior, seja na cidade ou no campo, é por si só uma atividade aliciante, no entanto os praticantes de Geocaching apreciam mais esta atividade quando ela vem associada à descoberta de um tesouro e à utilização das novas tecnologias. Socializar com a família e/ou amigos, conhecer pessoas novas e praticar outros desportos são também alguns dos objetivos apresentados.

As diferentes motivações para a prática desta atividade levam, obrigatoriamente, à existência de diferentes tipos de praticantes, sendo que cada um deles vê o jogo de diferentes perspetivas e vivencia-o de forma única, sozinho ou na companhia de familiares e/ou amigos.

Farvardin e Forehand (2013) referem que os geocachers praticam esta modalidade, na maioria das vezes, como forma de praticar exercício físico, socializar e encontrar locais bonitos e que, questões relacionadas com o número de geocaches encontradas não são os fatores mais importante. Estes dois autores fazem ainda referência aos aspetos menos positivos desta atividade, como por exemplo, encontrar lugares dececionantes, encontrar geocaches mal conservadas e sem manutenção e geocaches posicionadas em locais impróprios ou perigosos. Para Farvardin e Forehand (2013), existem 13 motivações para a prática de Geocaching e de uma forma semelhante, para O’Hara, (2008) existem 8 motivações que permitem distinguir os vários geocacher, tendo por base o tipo de participação e o tipo de envolvência que mantêm para com a atividade. As motivações apresentadas por estes autores encontram-se apresentadas na Tabela 1:

Tabela 1 – Motivações para a prática de Geocaching

Motivações apresentadas por Farvardin e Forehand (2013):	Motivações apresentadas por O'Hara, (2008):
i) A emoção na procura das geocaches; ii) Caminhar e apreciar a natureza; iii) Alcançar metas de ordem numérica, como por exemplo atingir um determinado número de geocaches, <i>Travelbugs</i> ou <i>Geocoins</i> ; iv) O desafio de resolver enigmas; v) Competição na procura de caches em primeiro lugar; vi) Praticar outras atividades físicas desportivas associadas ao Geocaching; vii) Descobrir novos lugares e viajar; viii) Socializar e conhecer novas pessoas na comunidade e participar em eventos; ix) Criar novas geocaches; x) Passar tempo junto da família e amigos; xi) Dar uso às novas tecnologias; xii) Aprender acontecimentos históricos e histórias; xiii) Aproveitar o tempo de lazer para sair da rotina.	i) Caminhar socialmente; ii) Descobrir e explorar lugares; iii) Colecionar; iv) Perfil e estatísticas; v) Primeiro a encontrar, a ocorrência e a urgência; vi) Desafios, aspetos individuais e sociais; vii) <i>Travelbugs</i> e <i>Geocoins</i> ; viii) Elaborar Geocaches.

2.6.3. O consumo turístico e o modelo *push-pull*

A aquisição de um produto, a escolha de um destino ou a prática de uma atividade tem por base uma motivação. A motivação ao consumo, neste caso ao consumo turístico, representa a necessidade de satisfação de um desejo, através da aquisição de um produto turístico. Esta motivação pode explicar o comportamento dos turistas e as decisões que tomam na escolha desses produtos (Reis P. , 2012).

A oferta turística é, segundo Cunha (2009), o conjunto de componentes essenciais, sem os quais, o destino não consegue dar resposta à procura turística, como por exemplo, os recursos turísticos, as infraestruturas, os equipamentos, a acessibilidade e os transportes e a hospitalidade e o acolhimento.

Segundo Cunha (2009), com o aumento do número de turistas e do número de países de onde provêm, aumentou também os motivos das viagens existindo a necessidade de um maior número de produtos para satisfazer as necessidades dos clientes. É a diversidade de atrativos existentes no destino e de motivos existentes para viajar, que determinam a diversidade de tipos de turismo. Conhecer as motivações de viagem e identificar os vários tipos de turistas, permite uma adequação da oferta. Assim, o sucesso do destino depende dessa capacidade para dar resposta às motivações diversificadas dos turistas (Cunha, 2009). Também para Gnoth (1997) as teorias de motivação turística, além de explicarem o comportamento dos turistas, auxiliam na satisfação dos motivos cognitivos e emocionais subjacentes. Segundo ele, é nas motivações turísticas que profissionais de marketing e gestores de recursos se vão basear, no entanto, nem sempre é possível prever alterações derivadas de fatores externos, que vão provocar mudanças de direção nas preferências dos consumidores (Gnoth, 1997).

Desta forma, pode-se dizer que são as motivações que vão explicar o comportamento dos turistas e permitem a segmentação do mercado. Reis (2012) define motivação turística como um processo dinâmico, no qual interferem múltiplos fatores, internos e externos. Os fatores internos são de ordem psicológica ou emocionais, ou seja, provêm de uma vontade do consumidor. Os fatores externos, considerados o foco principal na escolha de um destino, são condicionados pelas características do destino (Reis P. , 2012).

Segundo Sancho *et al* (1998) da OMT, os fatores determinantes na procura turística podem ser agrupados em cinco grupos principais:

- i) Fatores económicos, como por exemplo rendimentos e políticas fiscais, preços e competitividade, relação custos/tempo de viagem ou preços comparativos;
- ii) Fatores pessoais, como por exemplo motivações, condições socioculturais, forma e estilos de vida, tempo para viajar, costumes, crenças, fatores políticos ou fatores demográficos;
- iii) Fatores de ordem aleatória, como por exemplo catástrofes ambientais ou períodos de guerra;

iv) Fatores relacionados com os sistemas de marketing, como por exemplo o conhecimento dos produtos, os sistemas de comunicação e distribuição de marketing ou as novas tecnologias utilizadas na aquisição direta de produtos;

v) Fatores de produção, como por exemplo a qualidade técnica dos produtos e a relação qualidade preço, ou a notoriedade, posicionamento e imagem transmitida.

O *Modelo dos Fatores Push-Pull* tem sido uma teoria utilizado no turismo por relacionar as motivações de viagem numa perspetiva sociológica (Reis P. , 2012) e de acordo com uma abordagem dicotómica (Wooddside & Martin, 2008).

Crompton (1979) admite a existência de um contínuo desequilíbrio sociopsicológico entre os fatores *push* e os fatores *pull*, no entanto, coloca todos os fatores no mesmo patamar de importância, referindo que, apesar dos fatores *push* e *pull* corresponderem a fases distintas numa tomada de decisão para a escolha de um destino, eles não devem ser vistos como totalmente independentes uns dos outros (Wooddside & Martin, 2008).

Crompton (1979) identificou também quatro etapas implícitas à escolha de um destino de férias. A primeira etapa é a existência de um estado de desequilíbrio, que leva à necessidade de uma quebra na rotina (segunda etapa). Após a decisão de efetuar uma quebra na rotina os inquiridos manifestaram, numa terceira etapa, três alternativas comportamentais, que foram: ficar em casa, ir de férias, ou viajar sem ser de férias. Na quarta etapa, a escolha do destino de férias é feita tendo por base motivos sociopsicológicos ou culturais (Ilustração 1).

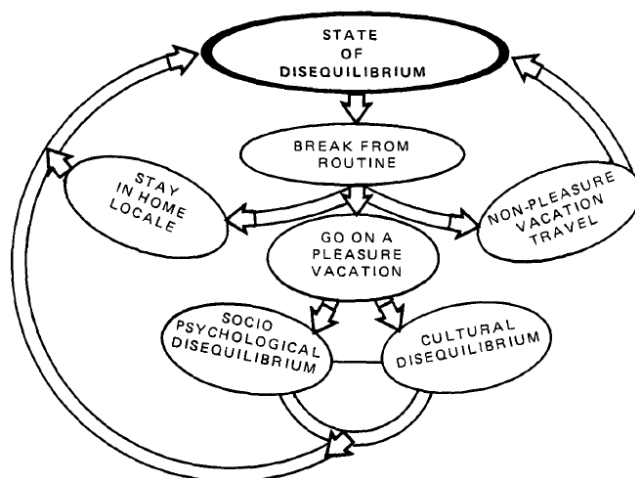


Ilustração 1 - Esquema elaborado por Crompton (1979) para demonstrar as quatro etapas implícitas à escolha de um destino.

Para Crompton (1979) os fatores que influenciam na escolha de um destino de férias podem ser explicados através dos conceitos *push* e *pull*, em que os fatores *push* se caracterizam por ser motivos sociopsicológicos que levam as pessoas a ir de férias e os fatores *pull* se caracterizam por ser motivos de atração pelo destino. O autor refere ainda que, os fatores *pull* refletem a influência que o destino provoca no consumidor, e por isso são considerados úteis para explicar as escolhas turísticas. Uma vez que, para algumas pessoas, o destino em si não tem muita importância, para elas a escolha é feita sobre motivos sociopsicológicos, alheios a qualquer destino específico, sendo o destino apenas um meio para satisfazer esses motivos (Crompton, *Motivations for pleasure vacation*, 1979).

Crompton (1979) apresenta, nove motivos determinantes na procura turística. Desses nove motivos, sete são de natureza sociopsicológica (fatores *push*), caracterizados por não derivarem das características do destino escolhido, mas sim de características sociais ou psicológicas dos indivíduos, e dois são motivos culturais (fatores *pull*). Os sete motivos socioculturais apresentados por Crompton (1979) foram:

- i) Escapar do ambiente habitual;
- ii) Explorar-se e avaliar-se a si mesmo (auto descoberta);
- iii) Relaxamento;
- iv) Prestígio;

v) Regressão (fazendo atividades próprias das idades mais jovens e/ou atividades nostálgicas);

vi) Reforçar relações de parentesco;

vii) Facilitar a interação social com outras pessoas;

E os dois motivos culturais apresentados por Crompton (1979) foram:

viii) O fator novidade (como por exemplo experimentar um novo produto turístico);

ix) O fator educação (a influência positiva de uma viagem no desenvolvimento da cultura de um indivíduo).

Reis (2012) tem uma visão ligeiramente diferente deste modelo. Segundo a autora e de acordo com esta abordagem, a decisão de viajar acontece em dois momentos distintos. O primeiro momento é quando existe a percepção da necessidade de viajar, caracterizado pelos fatores *push*, que provoca um desequilíbrio no consumidor. Os fatores *push* “empurram” ou levam o turista a sair de casa, representando a primeira necessidade que o turista sente de efetuar uma viagem. O segundo momento, influenciado pelos fatores *pull*, recai sobre a escolha de um destino, que satisfaça a necessidade existente. Pode-se assim dizer que os fatores *pull* são os atributos de destino que vão influenciar na escolha de um destino de viagem.

Reis (2012) identificou, no seu trabalho sobre o Turismo do Surf sete componentes principais (fatores *pull*), que foram:

i) Fator “Destino”, constituído por três variáveis “Hospitalidade e acolhimento”, “Paisagem e beleza natural” e “Património cultural”;

ii) Fator “Entretenimento e lazer”, constituído por três variáveis “Acessibilidade”, “Diversidade de comércio e serviços” e “Animação noturna”;

iii) Fator “Qualidade do surf”, constituído por três variáveis “Diversidade de locais para surfar”, “Diversidade de tipos de ondas” e “Ambiente e cultura do surf”;

iv) Fator “Disponibilidade da onda”, constituído por quatro variáveis “No crowd”, “No localism” e “Frequência dos sets”;

v) Fator “Infraestruturas de apoio”, constituído por duas variáveis “Existência de infraestrutura de apoio” e “Existência de bar/esplanada no local”;

vi) Fator “Climático”, constituído por duas variáveis “Clima” e “Temperatura da água”;

vii) Fator “Preço”, constituído por uma variável “Preço (Custo de vida)”.

2.6.4. Atributos de destino valorizados por praticantes de atividades desportivo-recreativas em espaços naturais

Tanto Reis (2012), como Barbieri e Sotomayor (2013) fazem referência a atributos mais relacionados com o destino e a atributos relacionados com a prática da atividade. Enquanto Reis (2012) identifica no turismo de surf 23 atributos que os turistas de surf reconhecem como importantes à escolha de um destino, quer sejam variáveis relacionadas com os atributos específicos do produto, quer sejam variáveis relacionadas com as características gerais do destino, Barbieri e Sotomayor (2013) identificaram, no turismo de surf, 13 atributos relacionados, tanto com o apelo ao surf, como com os acessos e infraestruturas do destino.

Os atributos de destino comuns a ambos os autores são: a beleza natural da área, a qualidade ambiental e os acessos. Os atributos relacionados com a prática da atividade, comuns a ambos os autores, são atributos relacionados com a popularidade do destino dentro da cultura do surf, a diversidade e tipos de ondas, a lotação, o desenvolvimento local e as infraestruturas complementares à atividade (Tabela 2).

Tal como a comunidade surfista valoriza atributos destino relacionados com a oferta turística e atributos de destino relacionados com a prática específica da atividade, também a comunidade Geocaching valoriza certos atributos de destino relacionados com a prática da atividade.

Tendo por base estes dois estudos e a nossa experiência em Geocaching, definiram-se como atributos de destino, relacionados com a prática de Geocaching, os seguintes: destino que permite conhecer outros geocachers, com abundância de geocaches, com diversidade de tipologia de geocaches, com geocaches com popularidade, que tenha eventos Geocaching, com *Geotours* e com características para a prática de outras atividades físicas e desportivas.

Tabela 2 – Atributos de destino apresentados por Reis (2012) e Barbieri e Sotomayor (2013) para o turismo do surf

	Atributos de destino apresentados por Reis (2012)	Atributos de destino apresentados por Barbieri e Sotomayor (2013)
Atributos de destino	Paisagem e beleza natural Hospitalidade e acolhimento Património cultural Clima Alojamento Proteção e qualidade ambiental Gastronomia Animação noturna Acessibilidades Diversidade do comércio e serviços Segurança Preço (custo de vida)	<i>Secluded and unspoiled place</i> (lugares isolados e naturais) <i>Quality of its natural environment</i> (Qualidade do ambiental) <i>Easy access</i> (Fácil acessibilidade)
Atributos relacionados com a prática da atividade	Ambiente e cultura do surf Diversidade de tipos de ondas Diversidade de locais para surfar Altura média das ondas No crowd No localism Frequência dos sets Temperatura da água Bom acesso ao local Existência de bar/esplanada no local Existência de infraestrutura de apoio (balneário com cacifos)	<i>Popular surf destination</i> (Popularidade do destino) <i>Abundance of good waves, Variety of wave types e Special types of wave</i> (abundancia, variedade e tipologia de ondas) <i>Area never crowded</i> (Área nunca lotada) <i>Undeveloped site</i> (Local pouco desenvolvido) <i>Access and infrastructure</i> (Acessos e infraestruturas) <i>F&B services located nearby</i> (Restauração localização nas proximidades) <i>Restroom facilities located on-site</i> (Local com instalações sanitárias) <i>Good place to meet other surfers</i> (Bons locais para encontrar outros surfistas) <i>Closeness to a community or town</i> (A proximidade com a comunidade ou cidade)

Kastenholz (2006), tal como Reis (2012) e Barbieri e Sotomayor (2013), identifica os atributos de destino valorizados pelos visitantes de destinos rurais do norte de Portugal. Os 25 atributos de destino referidos neste estudo foram subdivididos em 6 dimensões:

- i) Informação e acesso: sinalização, informações turísticas, acessibilidade, serviço profissional, infraestruturas e facilidade de comunicação;
- ii) Natureza: paz e sossego, natureza, isolamento, caminhos pedestres, a vida rural e ambiente não poluído;
- iii) Ação e socialização: desporto e atividades recreativas, vida noturna, oportunidades para crianças, socialização e variedade nas atrações;
- iv) Atributos básicos: clima, simpatia da população, preço e paisagem;
- v) História e cultura: história e cultura e arquitetura e monumentos;
- vi) Infraestruturas turísticas: gastronomia e acomodação.

Kastenholz (2006), determinou através da “Análise de *Clusters*”, quatro segmentos de mercado para destinos rurais do norte de Portugal baseados em benefícios procurados no destino e motivacionais, que se diferenciam, demograficamente e em termos de comportamento de férias. Os quatro segmentos identificados por esta autora foram: os “entusiastas rurais calmos”, os “entusiastas rurais ativos”, os “naturalistas independentes” e os “urbanos”.

i) A primeira categoria corresponde ao segmento de mercado que procura “o autêntico, o património cultural, o ambiente despoluído e calmo, a proximidade com a natureza e a integração num estilo de vida mais tradicional e rural” e que não mostra interesse nem no convívio noturno, nem nas atividades desportivas ou recreativas. Este segmento é essencialmente constituído por um grupo de pessoas de mais idade, turistas estrangeiros, com elevado nível de educação e estatuto socioprofissional, com maior poder de compra e sensibilizado para a conservação do património. Devido às suas características, são um segmento que tem despesas diárias significativamente superiores aos outros. Frequentam essencialmente unidades hoteleiras, mas também parques de campismo ou pousadas e procuram o campo nas suas férias. Também devido às suas características, este segmento sugere como melhorias a oferta de mais e melhores trilhos pedestres, melhor informação e

sinalização, a oferta de restaurantes típicos e um acesso mais facilitado ao património cultural.

ii) A segunda categoria, os “entusiastas rurais ativos”, também procura o que é rural, natural e tradicional, no entanto, ao contrário dos “entusiastas rurais calmos”, apresenta um maior interesse nas atividades recreativas e desportivas e em oportunidades de convívio. É um segmento mais jovem, principalmente constituído por turistas nacionais e igualmente com bastante probabilidade de passar férias e fins de semana no campo. Estes turistas efetuam as suas despesas diárias nas imediações do local de estadia e permanecem alojados em hotéis, pensões, casa de amigos e familiares ou segunda habitação. As sugestões deste grupo são de maior variedade de atividades e ofertas desportivas, culturais e recreativas e mais animação na vida noturna, no sentido de tornar o destino mais atrativo.

iii) A terceira categoria, os “naturalistas independentes” procuram um ambiente natural, despoluído e tranquilo, não valorizam infraestruturas turísticas, nem o convívio, nem aspetos culturais e receiam a construção no espaço rural. Caracteriza-se por ser um segmento composto por turistas estrangeiros, críticos e que passa férias no campo, tanto no país de residência como no estrangeiro. Este segmento é ativo, itinerante e opta por parques de campismo, pensões, hotéis e casas de campo, podendo mudar o tipo de alojamento ao longo da viagem. É um grupo que defende a conservação do património natural e cultural, que tende a visitar o destino na época alta e por períodos de tempo mais prolongados e as suas sugestões vão ao encontro de haver mais atividades ao ar livre “suaves” (passeios pedestres na natureza, canoagem, natação) ou oferta de restaurantes típicos, visitas guiadas e museus.

iv) A última categoria, os “urbanos”, como o nome indica não demonstram grande desejo pelo que é natural, nem pelo destino visitado e procura infraestruturas de maior escala, divertimentos e uma variedade de atrações e atividades, eventualmente incompatíveis com um destino rural autêntico e calmo. É um grupo essencialmente constituído por pessoas mais novas, predominantemente turistas portugueses, mas também com muitos turistas estrangeiros, que não mostra qualquer interesse em férias no campo. Este grupo utiliza como estadia principal o campismo e as casas alugadas ou hotéis. É um segmento com pouca probabilidade de regressar

ou recomendar o destino e que apresenta como sugestões o investimento na oferta de infraestruturas de turismo e de recreio, típicas de destinos mais urbanos.

O estudo conclui que os “entusiastas rurais calmos” e os “naturalistas independentes” procuram ambos destinos rurais calmos, naturais e autênticos, enquanto os outros dois grupos apreciam um maior grau de variedade de atividades, uma oferta turística mais desenvolvida e baseada em novas infraestruturas. Contudo, os “entusiastas rurais ativos” mostram-se também interessados na natureza, podendo até aceitar atividades facilmente integráveis no ambiente natural.

3. A PROBLEMÁTICA E OS OBJETIVOS DO ESTUDO

3.1. Âmbito e contextualização do estudo

O turismo é uma atividade de grande importância na economia mundial. A procura de novas experiências de lazer, a fuga ao quotidiano, criação e a descoberta de novas práticas, tem levado ao desenvolvimento de novos produtos turísticos.

Inicialmente o turismo era, tendencialmente, uma atividade de massas, em que não existia a necessidade de satisfazer o cliente de forma individual. O acesso à informação era muito menor e por isso as pessoas faziam as suas escolhas de acordo com a oferta existente. No entanto, a procura turística tem evoluído no sentido de satisfazer as necessidades pessoais. Consequentemente, a evolução do turismo tem sido no sentido de proporcionar um conjunto de experiências e de vivências únicas a todos os viajantes e turistas, incluindo os geocachers.

No decorrer dos últimos anos, tem-se verificado uma tendência crescente de aparecimento de novas expressões de afirmação na indústria do turismo. Um dos tipos de turismo que tem vindo a ganhar mercado, na atualidade, é o turismo criativo, sustentado em viagens com maior autonomia, onde o visitante/turista é o protagonista na descoberta do destino (International Conference on Creative Tourism, 2006). Para esta nova geração de turistas a busca do autêntico, da aventura, da autoaprendizagem e da visita livre e criativa são as experiências mais importante. Nesta “lógica”, o Geocaching pode proporcionar a este tipo de turistas uma forma diferente de descobrir o destino.

O tema escolhido para este estudo enquadra-se também nos pressupostos e incentivos do PENT - horizonte 2013-2015, onde se pressupõe e se incentiva as empresas a “Aprofundar o conhecimento do consumidor e da concorrência” (Presidência do Conselho de Ministros, 2007, p. 4). Neste documento, de revisão da estratégia para o turismo, é salientada a importância da crescente segmentação da procura, mais especificamente da geração milénio, dependente das tecnologias de informação, e do mercado sénior, que procura não só tranquilidade, conforto e estabilidade, mas que também se encontra disponível para testar novas experiências (Presidência do Conselho de Ministros, 2007). A crescente procura pelo que é autêntico e genuíno é também uma das necessidades dos turistas atuais e é, por isso,

que a escolha do Geocaching surge como mais uma alternativa, enquanto atividade que proporciona experiências autênticas e genuínas, e ainda a possibilidade de contacto com a natureza e com a cultura.

Este estudo vai também ao encontro da crescente variedade de possibilidades de exploração das competências dos destinos, com recurso às novas tecnologia da informação e comunicação (TIC). A este propósito, atente-se na preocupação expressa no PENT, sobre as TIC. As diferentes possibilidades de aplicações das tecnologias de informação e comunicação destacam-se pelos diferentes tipos de funcionalidades das redes sociais ou pela proliferação de aplicações móveis que aos poucos vão transformando a atividade turística ao nível do relacionamento entre os atores do negócio: produtores de serviços, distribuição e clientes (Presidência do Conselho de Ministros, 2007).

Esta dissertação de mestrado foi elaborada no âmbito do curso de mestrado em “Turismo de Interior – Educação para a Sustentabilidade. O objetivo passou por desenvolver um trabalho de investigação dentro do tema do mestrado e dos conhecimentos adquiridos ao longo do primeiro ano. O turismo de interior e a educação para um turismo sustentável serviu de base à escolha do tema.

O Geocaching, por ser um jogo associado a todo o tipo de cenários, principalmente a áreas rurais e semirurais e por ser um jogo já utilizado por alguns destinos de Portugal nas suas estratégias e ações de promoção é um tema que, na nossa perspetiva, se enquadra no tema geral do mestrado.

O Geocaching existe em Portugal desde 2001 e tem vindo a ter um crescimento e uma aceitação por parte dos portugueses e até mesmo por parte de alguns destinos, que promovem e organizam eventos de Geocaching e geocaches.

O Geocaching é praticado por pessoas de todas as idades e com interesses muito diversificados.

Um melhor conhecimento dos praticantes desta atividade, nomeadamente, a sua caracterização sociodemográfica, as características da sua prática, o seu comportamento em viagem, as suas motivações para a prática e o conhecimento dos atributos de destino que valorizam, pode levar a uma melhor utilização do Geocaching no turismo, tirando partido das suas características para uma promoção

mais dinâmica dos destinos, permitindo ainda, ao turista, uma descoberta mais autónoma e divertida dos mesmos.

O conhecimento da relação existente entre variáveis, descritas anteriormente, “fornecerá”, também, às entidades turísticas informação sobre as motivações dos geocachers para a prática de Geocaching em situação de viagem turística ou de lazer.

A Ilustração 2 é uma representação do modelo de análise referido.

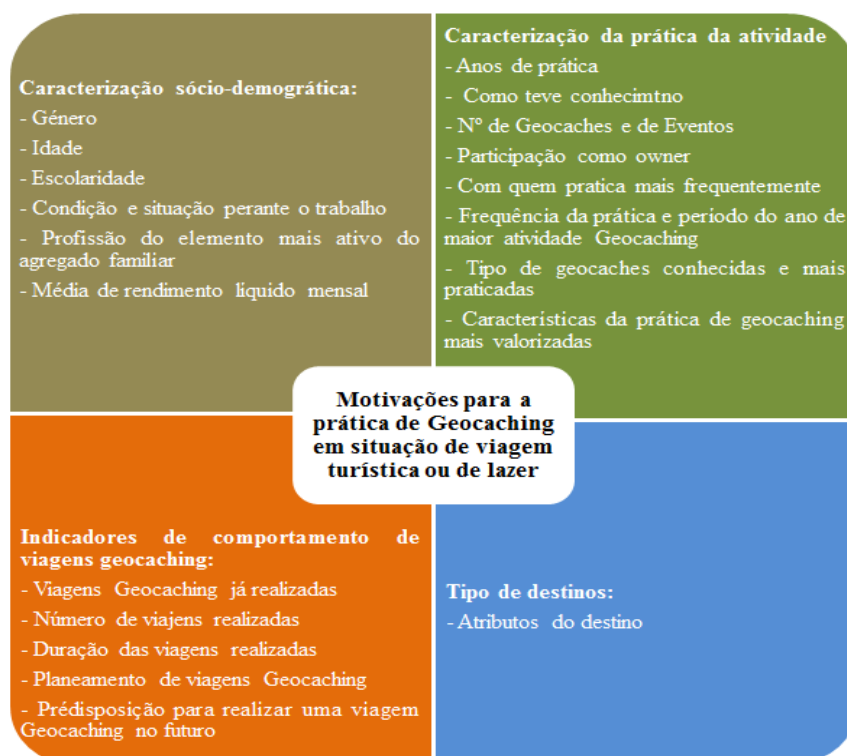


Ilustração 2 – Modelo de análise

Apesar de existirem vários autores que começam a olhar para o Geocaching como uma forma de praticar turismo, não é claro, ao analisar a literatura existente, como é que surgiu esta relação entre o Geocaching e o turismo. Certo é que o Geocaching é praticado hoje em dia por mais de 2 milhões de pessoas em todo o mundo (Groundspeak, 2014) e muitas delas praticam esta atividade enquanto viajam, sendo ou não sendo o Geocaching o principal motivo da viagem.

A página do Geocaching é rica em exemplos da relação que o Geocaching tem com o turismo, no entanto a literatura pouco tem a dizer sobre o que procuram este tipo de viajantes nos destinos para onde se deslocam e como programam as suas viagens.

Assim sendo, pode-se dizer que o Geocaching é um bom aliado dos turistas geocachers, nas suas visitas turísticas, mas este terá peso suficiente para influenciar na escolha de um destino turístico? Existirão características da prática de Geocaching em viagem e atributos de destinos suficientemente fortes para influenciar na escolha de um destino de férias?

3.2. Objetivos gerais e específicos e questões de partida

O objetivo geral deste trabalho passou por identificar as motivações para a prática desta atividade em situação de viagem turística ou de lazer e segmentar os praticantes de acordo com as suas motivações.

Os objetivos específicos são: “Conhecer as motivações para a prática de Geocaching” e “Conhecer os atributos de destino mais valorizados pelos praticantes”, de forma a responder às seguintes questões de partida: “Quais as motivações dos geocachers para praticar Geocaching em viagem?” e “Que características de destino valorizam os geocachers?”.

Uma melhor caracterização dos praticantes de Geocaching tem como finalidade, neste estudo, ajudar os destinos, que já utilizam ou que pretendam utilizar o Geocaching para se promover, a melhorar a sua oferta turística, a investir em infraestruturas ou eventos, caso se justifique, e até mesmo a aumentar ou melhorar o conjunto de geocaches da região, indo ao encontro daquilo que são os interesses deste público-alvo.

4. A METODOLOGIA

4.1. Instrumento de recolha de dados - Questionário

O inquérito por questionário foi o instrumento utilizado para a recolha de dados de forma a poder comparar com a bibliografia analisada e generalizar essa informação para a população de geocachers em Portugal, que efetua e planeia as suas viagens com atividade Geocaching. Para isso, a delimitação geográfica do estudo abrangeu Portugal continental e ilhas e a idade mínima de resposta aceite foi de 18 anos.

A elaboração do questionário foi efetuada com base em (ver anexo 2):

- i) Características sociodemográficas (Q1-Q6) – baseado no Instituto Nacional de Estatística (2011);
- ii) Prática de Geocaching (Q7-Q15 e Q20) - baseado em Melo (2013) e na nossa experiência na prática desta atividade;
- iii) Comportamento em viagem (Q17-Q21) - baseado em Barbieri e Sotomayor (2013);
- iv) Motivações para a prática (Q16) - baseado em Schneider, Silverberg e Chavez (2011);
- v) Atributos do destino (Q22) - baseado em Reis (2012) e Barbieri e Sotomayor (2013).

A validação do questionário foi efetuada da seguinte forma:

- i) Na primeira fase o questionário (v1) foi aplicado a cinco especialistas da área das ciências do Desporto e Turismo, tendo-lhes sido pedido que avaliassem a adequação da linguagem utilizada, o tipo de questões versus respostas e a dimensão do questionário;
- ii) Tendo em consideração as sugestões dos 5 especialistas, o questionário foi reformulado, criando-se uma nova versão (v2) que foi aplicada a 25 geocachers, de forma a testar a adequação das questões e a linguagem utilizada, e determinar o tempo demora no preenchimento do mesmo.
- iii) Após a etapa anterior foi elaborada uma nova versão (v3) que foi aplicada *online* a 25 geocachers de forma a testar novamente o questionário e verificar o tempo médio de resposta. Esta versão do questionário foi também analisada novamente por 5 especialistas da área das ciências do Desporto e Turismo, revelando-se adequada. Aferiu-se também o tempo médio de resposta que foi de 10

minutos. Os 25 geocachers que participaram nesta fase de validação não constaram na amostra final.

O questionário contém vinte e duas questões, agrupadas em cinco dimensões, correspondentes: à caracterização sociodemográfica, à caracterização da prática, à caracterização do comportamento em viagem, às motivações para a prática e aos atributos de destino (Tabela 3).

Tabela 3 – Dimensões do questionário e suas variáveis

Dimensões do questionário	Variáveis
Grupo I - Caracterização sociodemográfica dos praticantes de Geocaching	Género; Idade; Nível de instrução; Condição e situação perante o trabalho; Profissão do praticante ou do elemento mais ativo do agregado familiar; Rendimento líquido mensal do praticante.
Grupo II - Caracterização da prática de Geocaching	Ano de início da prática da atividade; Forma como teve conhecimento da atividade; Nº de geocaches encontradas; Nº de eventos participados pelos praticantes; Participação como <i>owner</i> ; Nº de geocaches escondidas; Nº de eventos organizados; Acompanhantes na prática de Geocaching; Frequência da prática; Período do ano mais escolhido; Tipos de geocaches conhecidas do praticante; Tipo de geocache mais encontrada.
Grupo III – Caracterização do comportamento em viagem Geocaching	Realização de viagens com a intenção de praticar Geocaching; Nº de viagens; Duração; Opções de planeamento das viagens; Predisposição para a realização de uma viagem no futuro com a principal intenção de praticar Geocaching.
Grupo IV – Motivações para a prática de Geocaching	1. Para apreciar as paisagens; 2. Para a prática de exercício físico; 3. Para experimentar coisas novas e diferentes; 4. Para viver a natureza; 5. Para testar capacidades e/ou habilidades; 6. Para participar em atividades recreativas; 7. Para me sentir mais saudável; 8. Para estar próximo da natureza; 9. Para me por à prova; 10. Para aprender sobre a história natural da área; 11. Para fugir ao quotidiano; 12. Para a utilização do meu próprio equipamento; 13. Para aprender sobre a história cultural da área; 14. Para fazer algo com a minha família; 15. Para relaxar fisicamente; 16. Para ter uma experiência diferente; 17. Para experimentar novas emoções; 18. Para estar com pessoas que apreciem as mesmas coisas que eu; 19. Para ter um momento só meu; 20. Para partilhar as minhas capacidades e conhecimentos com outros; 21. Para pensar nos meus valores pessoais; 22. Para estar com

	membros do meu grupo; 23. Para me afastar de outras pessoas; 24. Para estar comigo próprio; 25. Para ser criativo ao fazer algo como desenhar, pintar, tirar fotografias; 26. Para conhecer novas pessoas.
Grupo V - Atributos do destino para a prática de Geocaching	1. Destino com boas paisagens naturais; 2. Destino hospitaleiro; 3. Destino com um património histórico-cultural rico; 4. Destino com alojamento diversificado; 5. Destino com boa qualidade ambiental; 6. Destino com boa gastronomia; 7. Destino com animação noturna atrativa; 8. Destino com boas acessibilidades; 9. Destino com diversidade de serviços (comércio, atrações, etc.); 10. Destino com preços baixos (baixo custo de vida); 11. Destino seguro; 12. Destino que permita conhecer outros geocachers; 13. Destino com abundância de geocaches; 14. Destino com diversidade de tipologia de geocaches; 15. Destinos com geocaches com popularidade; 16. Destino com baixa procura turística; 17. Destino que permita a proximidade com a comunidade local; 18. Destino que tenha eventos de Geocaching; 19. Destino com <i>Geotours</i> ; 20. Destino com ambiente relaxante; 21. Destino com características para a prática de outras atividades físicas e desportivas.

As questões utilizadas no questionário foram todas de resposta fechada, utilizando escalas nominais, ordinais e contínuas. Nas escalas contínuas, foi utilizada uma escala de importância de sete pontos (tipo Likert), com a seguinte correspondência: 1- Nada importante; 2- Muito pouco importante; 3- Pouco Importante; 4- Nem pouco nem muito importante; 5- Muito importante; 6- Extremamente importante; 7- Totalmente importante; e uma escala de predisposição também de sete pontos (tipo Likert), com a seguinte correspondência: 1- Nada disposto; 2- Muito pouco disposto; 3- Pouco disposto; 4- Nem pouco nem muito disposto; 5- Muito disposto; 6- Extremamente disposto; 7- Totalmente disposto.

4.2. Recolha de dados

O inquérito por questionário *online* foi construído na plataforma *Google Forms*¹⁵ e a disseminação foi efetuada através da *web* e das redes sociais, mais especificamente do fórum do *geopt.org* e de páginas ligadas ao Geocaching no

¹⁵ https://docs.google.com/forms/d/1leldvsmeqycRMYRWY6dPzQ8Z1H7mcYSNn0D7u9_o1uA/edit

Facebook. A técnica de amostragem utilizada foi acidental ou casual, em que participaram indivíduos que frequentaram as redes sociais onde o questionário foi publicado durante o período indicado, sendo esta uma técnica de amostragem não aleatória (Marôco, 2011). Deste modo o questionário foi publicado em 135 páginas, incluindo todas as páginas de localidades ligadas aos Geocaching existentes no Facebook que aceitaram o convite de adesão ao grupo (Anexo 3).

As respostas ao questionário foram obtidas entre os dias 18 de Junho e 8 de Julho de 2014, obtendo-se 613 respostas válidas, de um total de 633 respostas recolhidas.

4.3. Tratamento dos dados

A análise de dados referentes a todos os itens do questionário foi efetuada através de uma análise descritiva univariada.

A análise da relação entre todas as variáveis da dimensão caracterização sociodemográfica e todas as variáveis das outras dimensões (caracterização da prática de Geocaching, motivações para a prática de Geocaching, comportamento em viagem dos praticantes de Geocaching e atributos de destino para a prática de Geocaching) foi efetuada utilizando o teste de independência do Qui-quadrado. No caso de ter existido dependência entre as variáveis determinou-se a intensidade da associação através do teste V de Cramer (Marôco, 2011). A classificação da intensidade da associação foi efetuada de acordo com a classificação de Cohen (1988, como referido em Melo, 2013), ou seja, para valores entre 0,10 e 0,29 a associação é fraca, para valores entre 0,30 e 0,49 a associação é moderada e para valores entre 0,50 e 1 a associação é forte.

A redução das motivações para a prática de Geocaching e dos atributos de destino foi efetuada através de uma Análise Fatorial. Para a interpretação dos dados na Análise Fatorial ser válida, verificou-se se os valores de Kaiser-Meyer-Olkin eram superiores a 0,5 e se os valores de significância se encontravam abaixo de 0,1, de forma a rejeitar a hipótese nula e a provar a adequação do método de análise para o tratamento dos dados (Marôco, 2011). A aplicação do método de rotação Varimax permitiu, através dos valores apresentados, a obtenção de 5 dimensões representativas das 26 motivações para a prática de

Geocaching e de 4 dimensões representativas dos 21 atributos de destino. As características que se encontravam em mais do que uma dimensão foram consideradas válidas na dimensão em que apresentavam maior valor.

Por fim, foi efetuada a segmentação dos praticantes de Geocaching, através da aplicação do método de Análise de *Clusters*, relativo às 5 dimensões das “motivações para a prática de Geocaching”, obtidas através da análise fatorial, descrita anteriormente, permitindo-nos identificar grupos de elementos com características semelhantes. O cálculo das distâncias entre os vários elementos da amostra, no que diz respeito às diferenças com que encaram os fatores em análise e aglomeração desses elementos em grupos o mais homogêneos possível, levou depois à definição dos *clusters* (Marôco, 2011). O *Ward's Method* foi o método utilizado para originar os agrupamentos de dois a seis *clusters* e o método *Squared Euclidian Distance* foi utilizado para medir as *distâncias* entre elementos da amostra e assim decidir o número de *clusters* a utilizar na segmentação dos praticantes (Marôco, 2011). Optou-se pela segmentação em 5 *clusters* ao se verificar que esta seria a hipótese com maior número de segmentos com características de motivação para a prática de Geocaching e de atributos de destino diferentes entre si, uma vez que, na segmentação em 6 *clusters* o segmento 6 apresentava características muito semelhantes ao segmento 5 não se justificando assim a sua existência. As 5 dimensões das motivações e as 4 dimensões dos atributos de destino que cada segmento apresentou permitiram-nos, posteriormente, atribuir a denominação que melhor representasse cada um dos grupos.

Para cada segmento foi efetuada uma análise descritiva. A análise da relação entre todos os segmentos e todas as variáveis das dimensões (caracterização sociodemográfica, caracterização da prática de Geocaching e comportamento em viagem dos praticantes de Geocaching) foi efetuada utilizando o teste de independência do Qui-quadrado. No caso de ter existido dependência entre as variáveis determinou-se a intensidade da associação através do teste V de Cramer (Marôco, 2011).

A aplicação dos testes estatísticos foi efetuada através do programa IBM SPSS Statistics (versão 21), sendo usado um nível de significância de 5% e de 10% (Marôco 2010).

5. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

5.1. Caracterização sociodemográfica dos praticantes de Geocaching

A caracterização sociodemográfica dos praticantes neste estudo envolveu questões como o género, a idade, o nível de instrução, a situação perante o trabalho, o grupo profissional e a média dos rendimentos líquidos mensal, de forma a conhecer e compreender o perfil geral dos praticantes de Geocaching.

Dos 613 participantes neste estudo, 379 (61,8%) são do género masculino, e 234 (38,2%) são do género feminino. A idade dos inquiridos situa-se entre os 18 e os 66 anos, inclusive, com uma média de idades de aproximadamente 31 anos ($\pm 0,5$) e uma moda situada nos 18 anos de idade. Para enquadrar a idade por grupos etários foram constituídos quatro grupos, verificando-se que os grupos de idades mais baixas da amostra registam maior percentagem de indivíduos e que esta percentagem vai diminuindo até à faixa etária dos indivíduos com mais de 56 anos de idade (Tabela 4).

Tabela 4 - Distribuição por faixas etárias dos praticantes de Geocaching

Grupos etários	Frequência	Percentagem
18 – 30	322	52,5%
31 – 43	227	37%
44 – 56	53	8,6%
> 56	11	1,8%

Através da aplicação do teste do Qui-quadrado por simulação de Monte Carlo, verificaram-se diferenças estatisticamente significativas entre o género e o grupo etário, existindo uma correlação positiva fraca ($p\text{-value} < 0,05$ e V de Cramer = 0,254). No grupo etário entre os 18 e os 30 anos, verifica-se uma maior participação feminina ($RAE=6$), enquanto nos restantes intervalos verifica-se o oposto (Tabela 5).

Tabela 5 - Relação entre género e grupo etário dos praticantes de Geocaching

		Grupo etário				Total
		18 - 30	31 - 43	44 - 56	> 56	
Mas.	Freq.	163	165	40	11	379
	% (RAE)	26,6% (-6,0)	26,9% (4,2)	6,5% (2,1)	1,8% (2,6)	61,8%
Fem.	Freq.	159	62	13	0	234
	% (RAE)	25,9% (6,0)	10,1% (-4,2)	2,1% (-2,1)	0,0% (-2,6)	38,2%
Total	Freq.	322	227	53	11	613
	%	52,5%	37,0%	8,6%	1,8%	100,0%

Estes resultados são similares ao estudo desenvolvido por Marques, Reis e Menezes (2010), uma vez que a maioria dos geocachers se situa entre os 18 e os 43 anos. Estes resultados ainda vão também ao encontro da análise mais recente efetuada aos praticantes de Desportos de Natureza, onde existe, igualmente uma maior percentagem de praticantes homens em relação às mulheres e uma maior percentagem de mulheres na faixa etária dos 18 aos 30 anos. De salientar ainda que o número de praticantes tanto homens, como mulheres diminui com a idade, tal como demonstrado por Melo (2013) no estudo efetuado sobre os praticantes de Desportos de Natureza.

Quanto ao nível de instrução constatou-se, com base no Gráfico 5, que a maior percentagem de inquiridos concluiu o Ensino Secundário (40%) ou possui o Ensino Superior (51,9%). Apenas 8,2% possui o Ensino Básico, ou seja um nível de escolaridade igual ou inferior ao 9º ano.

Mais uma vez, a comparação com os praticantes de Desportos de Natureza, revela que existem semelhanças entre estes e os praticantes de Geocaching, uma vez que, segundo Melo (2013), a maioria dos respondentes apresenta como habilitações académicas o ensino superior (incluindo estudos pós-graduados).

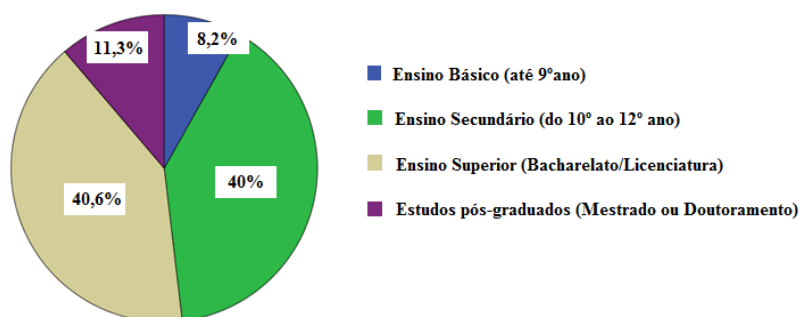


Gráfico 5 - Níveis de instrução dos praticantes de Geocaching

No que diz respeito à condição e situação perante o trabalho, mais de metade (57,9%) dos inquiridos é trabalhador por conta de outrem e quase 20% são estudantes. Dos restantes, 8,3% dos inquiridos são trabalhadores por conta própria, 8% são desempregados e os restantes 3,4% são pensionistas ou patrões empregadores, como se pode verificar no Gráfico 6. Comparando com os praticantes de Desportos de Natureza (Melo, 2013) e com o público visitante de Áreas

Protegidas Portuguesas (Marques, Reis, & Menezes, 2010), verifica-se que existem semelhanças entre os praticantes de Geocaching e estes dois grupos no que respeita, tanto ao nível de instrução como à condição e situação perante o trabalho.

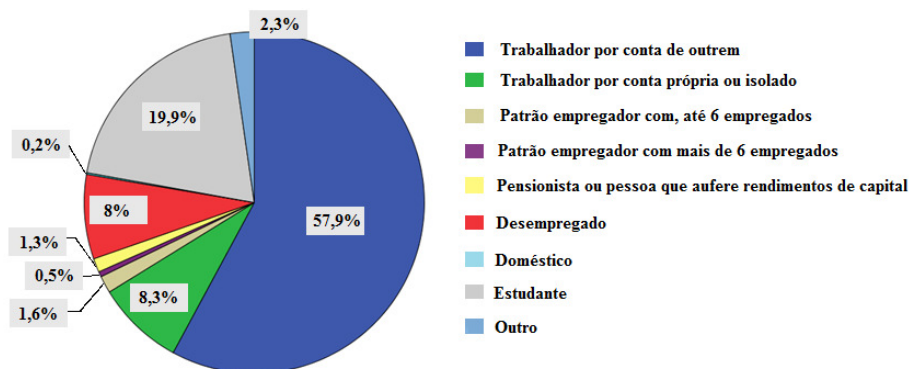


Gráfico 6 - Condição e situação perante o trabalho dos praticantes de Geocaching

Quanto ao grupo profissional, 28,2% dos inquiridos pertence ao grupo “Técnico ou profissional de nível intermédio”, 19,7% ao grupo de “Especialistas da profissão intelectual ou científica”, 11,6% é “Pessoal dos serviços ou vendedores” e 10,4% é dos “Quadros superiores da administração pública ou empresas” (valores, uma vez mais, semelhantes aos encontrados no estudo sobre praticantes de Desportos de Natureza efetuado por Melo (2013)). Na amostra em estudo, o grupo profissional onde se inserem menos geocachers é “Agricultor ou trabalhador qualificado da agricultura e pescas” (2%), seguido dos grupos: “Trabalhador não qualificado” (3,9%), “Operador de instalações e máquinas ou trabalhador de montagem” (4,1%), “Membro das forças armadas” (5,4%), “Operário, artífice ou trabalhador similar” (6,9%) e “Pessoal administrativo ou similar” (7,8%), como é possível verificar no Gráfico 7.

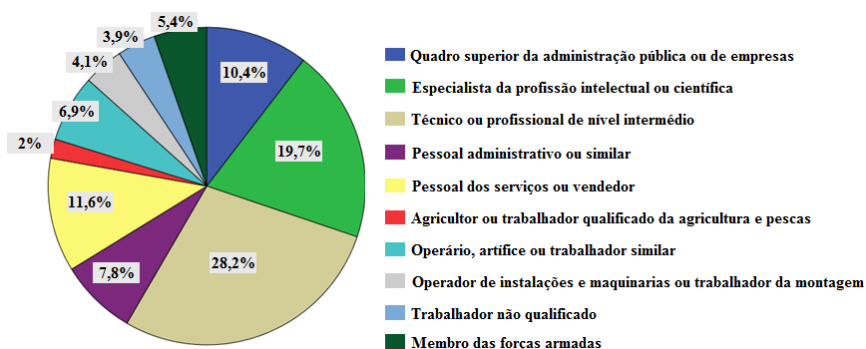


Gráfico 7 - Profissão do elemento mais ativo do agregado familiar dos praticantes de Geocaching

Em termos de rendimento líquido mensal, 25% dos inquiridos têm um rendimento líquido mensal entre os 501€ e os 750€; 19,7% têm rendimentos entre os 1001€ e os 1500€ e; 19,2% têm rendimento entre 751€ e os 1000€, correspondendo estes três grupos a aproximadamente três quartos da amostra total. É de salientar que 11,1% da amostra não tem quaisquer rendimentos, sem esquecer que quase 20% do total dos inquiridos são estudantes e por isso não têm uma condição ativa perante o trabalho. É de realçar ainda que apenas 2,9% dos inquiridos possui rendimentos acima dos 2001€, e que 8,8% dos inquiridos não fez referência aos rendimentos que auferem, como é possível verificar no Gráfico 8.

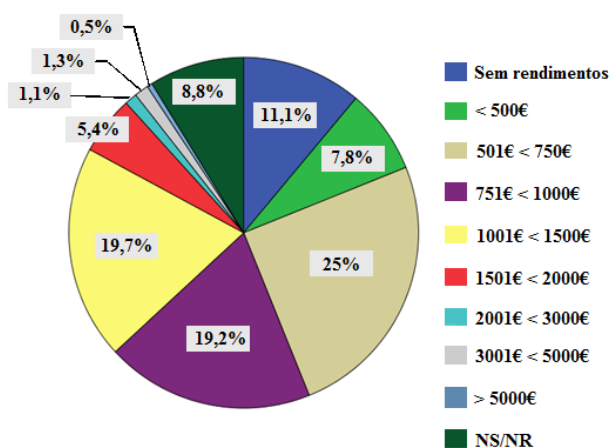


Gráfico 8 - Rendimento líquido mensal dos praticantes de Geocaching

Fazendo a comparação com os praticantes de Desportos de Natureza, pode-se observar que, apesar das diferenças existentes, existe uma tendência similar já que 47,2% dos indivíduos praticantes de Geocaching auferem um rendimento no intervalo médio ou acima da média nacional (tomando por referência o rendimento médio mensal líquido da população portuguesa empregada por conta de outrem: 809 euros, segundo os dados referentes ao 4º trimestre de 2011 (Instituto Nacional de Estatística, (2013))).

5.2. Caracterização da prática de Geocaching

A caracterização da prática de Geocaching teve como objetivo conhecer os hábitos e a experiência na prática desta atividade dentro da amostra recolhida. A primeira questão foi sobre o número de anos de prática de Geocaching, onde se apurou que cerca de metade da amostra (49,1%) tem 1 a 2 anos de prática da

atividade, e que tanto a média como a moda é de dois anos, o que significa que em média os inquiridos têm dois anos de prática e que o número de anos de prática mais frequente nesta amostra é de 2 anos. De todos os inquiridos apenas um iniciou a prática de Geocaching no ano de 2001, ano em que começou esta atividade em Portugal e que apenas 22 se iniciaram na prática desta atividade entre 2001 e 2006. É de salientar que, de acordo com a nossa amostra, foi aproximadamente, a partir de 2007 que o número de praticantes começou a aumentar em Portugal, verificando-se ainda que 49,1% se iniciaram em 2012/2013, como é possível verificar na Tabela 6.

Tabela 6 - Ano de início da prática de Geocaching

Ano de início da prática de Geocaching	Frequência	Percentagem
2001	1	0,2 %
2002	0	0%
2003	1	0,2%
2004	4	0,7%
2005	9	1,5%
2006	7	1,1%
2007	23	3,8%
2008	25	4,1%
2009	41	6,7%
2010	65	10,6%
2011	78	12,7%
2012	151	24,6%
2013	150	24,5%
2014	58	9,5%

No Gráfico 9 apresentamos as percentagens que representam o número de anos de prática de Geocaching. Os praticantes com um a quatro anos de experiência de Geocaching são os que representam a maior percentagem (72,4%), correspondendo aos inquiridos que iniciaram a sua prática entre os anos de 2010 e 2013. Salienta-se ainda que o número máximo de anos que esta amostra tem de prática de Geocaching é de 13 anos, o que coincide com o início deste jogo em Portugal e que 1% os inquiridos praticam esta atividade há menos de um ano, por terem iniciado a sua prática já no ano de 2014.

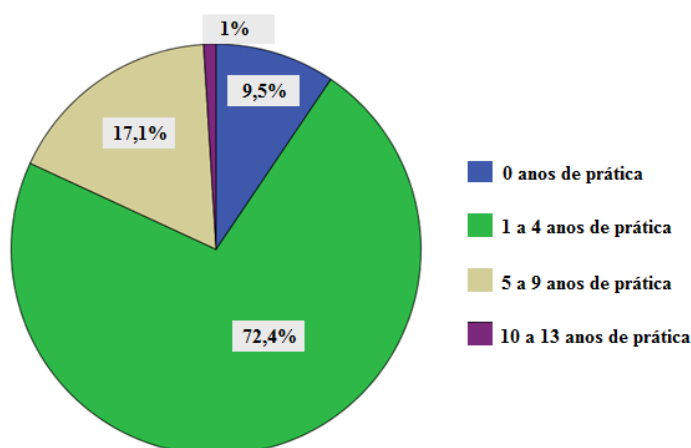


Gráfico 9 - Anos de prática de Geocaching

Quanto à forma como os inquiridos conheceram esta atividade, os respondentes indicam que foi principalmente “Através de amigos, colegas, vizinhos ou familiares”, (81,9%), seguido pelos canais de comunicação social (11,4%). Dos restantes, 1,6% dos inquiridos afirma ter encontrado uma geocache ocasionalmente, 2% afirma ter conhecido o jogo através de canais especializados do setor, como por exemplo através das revistas Geocaching ou do *site* oficial, e 3,1% apresentou outras formas de ter conhecido esta atividade: através de ícones que aparecem nos GPS's, através de pesquisas na internet de informações sobre GPS's ou através da atividade escutista (ver Gráfico 10).

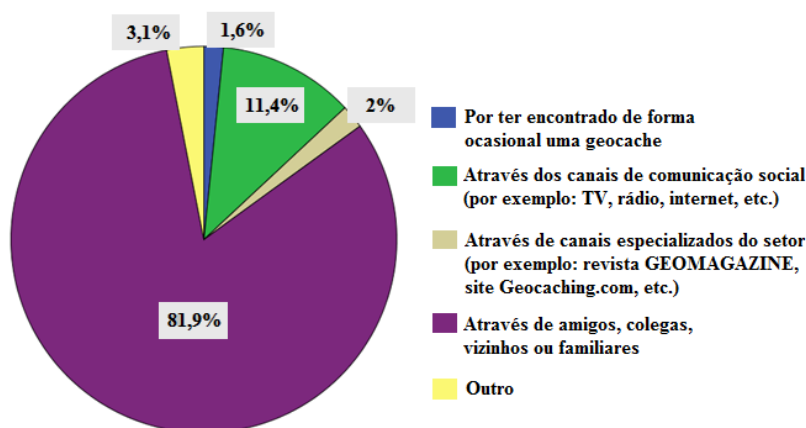


Gráfico 10 - Forma como os geocachers conheceram o Geocaching

A experiência da amostra pode também ser verificada através do número de geocaches encontradas. Verificámos que o número máximo de geocaches encontradas, nesta amostra, é de 10000, apenas por um participante e que o número

mínimo é de 0, existindo também apenas um participante com zero geocaches encontradas (este participante apesar de não possuir geocaches encontradas, já participou em eventos e por isso foi considerado nesta amostra). Quanto ao número de eventos em que esta amostra já participou, pode-se dizer que número máximo é de 230 e o número mínimo é de 0 (zero). A média de geocaches encontradas é de aproximadamente 711, enquanto o número de eventos é de aproximadamente 10. Para facilitar a análise dos resultados, o número de geocaches foi dividido em intervalos, verificando-se que a maior percentagem de indivíduos (45,5%) já encontrou entre 1 a 250 geocaches encontradas, e que 19,7% dos indivíduos já encontrou mais de 1000 geocaches. Em termos de eventos, mais de metade dos indivíduos da amostra (53,3%) participou em menos de 25 eventos, 34,9% não participou em nenhum evento e os restantes 11,8 % participaram em mais de 25 eventos (ver Tabela 7).

Tabela 7 - N° de geocaches encontradas e nº de eventos participados

N° de geocaches encontradas	Freq.	Percentagem	N° de eventos participados	Freq.	Percentagem
0	1	0,2%	0	214	34,9%
1-250	279	45,5%	1-25	327	53,3%
251-500	113	18,4%	26-50	43	7,0%
501-750	68	11,1%	51-75	12	2,0%
751-1000	31	5,1%	76-100	9	1,5%
>1000	121	19,7%	>100	8	1,3%

Através da aplicação do teste do Qui-quadrado por simulação de Monte Carlo, verificaram-se diferenças estatisticamente significativas entre o número de eventos e o género e entre o número de eventos e o grupo etário, existindo uma correlação positiva fraca ($p\text{-value} < 0,05$ e V de Cramer = 0,176 no género e V de Cramer = 0,194 no grupo etário). Enquanto 33,8% dos indivíduos do género masculino se situam no intervalo de 1 a 25 eventos e 19,1% não participou em nenhum evento; 19,9% dos indivíduos do género feminino situam-se no intervalo de 1 a 25 eventos e 15,8% não participou em nenhum evento. A análise dos resíduos ajustados na forma estandardizada demonstrou que o género masculino refere ter uma maior participação em eventos do que o género feminino, visto que existem diferenças estatisticamente significativas no como se pode verificar na Tabela 8. Dos 18 aos 30 anos a participação em eventos é de 24,6% para zero eventos participados, e de

24,3% para menos de 25 eventos participados e; que dos 31 aos 43 anos a participação em menos de 25 eventos é de 22,5%. A análise dos resíduos ajustados na forma estandardizada demonstra que existem diferenças estatisticamente significativas, com tendência para a faixa etária dos 18 aos 30 anos não participar em eventos (RAE=6,5), para a faixa etária dos 31 aos 43 anos participar em poucos eventos (RAE=2,8) e para a faixa etária dos 44 aos 56 anos de idade ter uma participação em mais de 100 eventos, como se pode verificar na Tabela 9.

Tabela 8 - Participação por géneros em eventos

		Nº de eventos						Total
		0	1-25	26-50	51-75	76-100	>100	
Mas.	Freq.	117	207	33	10	9	3	379
	%	19,1%	33,8%	5,4%	1,6%	1,5%	0,5%	61,8%
	(RAE)	(-2,7)	(0,8)	(2,1)	(2,1)	(1,5)	(-1,4)	
Fem.	Freq.	97	120	10	2	0	5	234
	%	15,8%	19,6%	1,6%	0,3%	0,0%	0,8%	38,2%
	(RAE)	(2,7)	(-0,8)	(-2,1)	(-2,1)	(-1,5)	(1,4)	
Total	Freq.	214	327	43	12	9	8	613
	%	34,9%	53,3%	7,0%	2,0%	1,5%	1,3%	100%

Tabela 9 - Participação por grupo etário em eventos

		Nº de eventos						Total
		0	1-25	26-50	51-75	76-100	>100	
18-30	Freq.	151	149	12	4	4	2	322
	%	24,6%	24,3%	2,0%	0,7%	0,7%	0,3%	52,5%
	(RAE)	(6,5)	(-3,7)	(-3,4)	(-1,3)	(-0,5)	(-1,6)	
31-43	Freq.	55	138	20	8	3	3	227
	%	9,0%	22,5%	3,3%	1,3%	0,5%	0,5%	37,0%
	(RAE)	(-4,3)	(2,8)	(1,3)	(2,1)	(-0,2)	(0,0)	
44-56	Freq.	6	32	10	0	2	3	53
	%	1,0%	5,2%	1,6%	0,0%	0,3%	0,5%	8,6%
	(RAE)	(-3,8)	(1,1)	(3,5)	(-1,1)	(1,5)	(2,9)	
>56	Freq.	2	8	1	0	0	0	11
	%	0,3%	1,3%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%
	(RAE)	(-1,2)	(1,3)	(0,3)	(-0,5)	(-0,4)	(-0,4)	
Total	Freq.	214	327	43	12	9	8	613
	%	34,9%	53,3%	7,0%	2,0%	1,5%	1,3%	100%

A divisão entre *owners* e praticantes que apenas procuram geocaches de outros é de 52,7%, correspondente a 323 indivíduos, que possui geocaches como *owner*, para 47,3%, correspondente a 290 indivíduos, que apenas procura geocaches. É de

salientar que dos 52,7% de *owners* inquiridos, existem mais praticantes do género masculino (40,3%) do que do género feminino (12,4%).

A experiência dos *owners* também varia muito de praticante para praticante. A média de geocaches escondidas por *owner* é de 23 e de eventos organizados é de 1. Dos inquiridos que também são *owners*, pode-se verificar que existem 70% (226 indivíduos) que apenas possui geocaches e que nunca realizou eventos e 0,9% (3 indivíduos) que apenas organizou eventos e que não possui nenhuma geocache sua. Os restantes, 29,1% ou 94 indivíduos, possuem geocaches e já organizaram eventos. No que respeita ao número de geocaches escondidas por *owner*, o intervalo que apresentou maior frequência foi o de 1 a 250 geocaches, com 90,7%, seguido dos 4% de *owners* com mais de 251 e menos de 500 geocaches. Quanto ao número de eventos organizados por *owner* o intervalo que apresentou maior percentagem foi de 1 a 25 eventos, com 24,5%, seguido de 2,8% de *owners* que já organizou de 26 a 50 eventos, como se pode constatar na Tabela 10.

Tabela 10 - relação entre o nº de geocaches do owner e o nº de eventos organizados

			Nº de eventos organizados pelo owner						Total
			0	1-25	26-50	51-75	76-100	>100	
Nº de geocaches do owner	0	Freq.	0	3	0	0	0	0	3
		%	0%	0,9%	0%	0%	0%	0%	0,9%
		(RAE)	(-2,7)	(3,1)	(-0,3)	(-0,2)	(-0,1)	(-0,2)	
	1-250	Freq.	216	67	7	2	0	1	293
		%	66,9%	20,7%	2,2%	0,6%	0%	0,3%	90,7%
		(RAE)	(4,6)	(-2,1)	(-1,4)	(1,4)	(-3,1)	(-5,5)	
	251-500	Freq.	2	7	1	1	0	2	13
		%	0,6%	2,2%	0,3%	0,3%	0%	0,6%	4,0%
		(RAE)	(-4,4)	(2,5)	(1,1)	(2,6)	(-0,2)	(4,1)	
	501-750	Freq.	4	0	0	0	0	2	6
		%	1,2%	0%	0%	0%	0%	0,6%	1,9%
		(RAE)	(-0,2)	(-1,4)	(-0,4)	(-0,2)	(-0,1)	(6,4)	
	751-1000	Freq.	0	1	0	0	0	0	1
		%	0%	0,3%	0%	0%	0%	0%	0,3%
		(RAE)	(-1,5)	(1,8)	(-0,2)	(-0,1)	(-0,1)	(-0,1)	
	>1000	Freq.	4	1	1	0	1	0	7
		%	1,2%	0,3%	0,3%	0%	0,3%	0%	2,2%
		(RAE)	(-0,7)	(-0,6)	(1,9)	(-0,3)	(6,7)	(-0,3)	
	Total	Freq.	226	79	9	3	1	5	323
		%	70,0%	24,5%	2,8%	0,9%	0,3%	1,5%	100%

Quanto à forma como praticam Geocaching, a grande maioria dos geocachers desta amostra não pratica a atividade sozinho, apenas 13,9% o faz. Dos restantes

48,5% pratica em equipa, ou seja, em grupo de amigos, colegas ou familiares e 37,7% pratica com o seu companheiro/a (ver Gráfico 11).

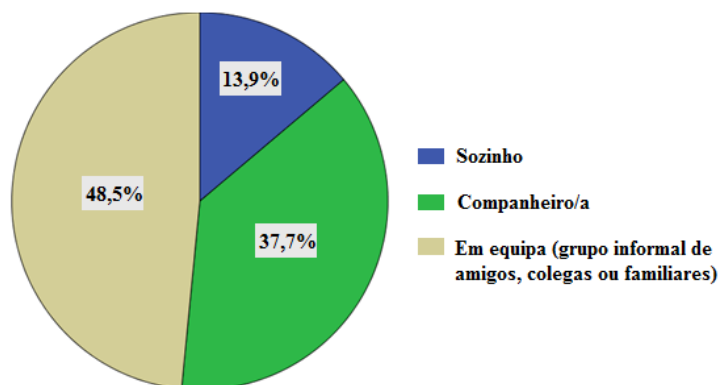


Gráfico 11 – companhia na prática de Geocaching

Através da aplicação do teste do Qui-quadrado por simulação de Monte Carlo, verificaram-se diferenças estatisticamente significativas entre o géneros e a prática Geocaching, existindo uma correlação positiva fraca ($p\text{-value} < 0,05$ e V de Cramer = 0,252), havendo mais homens do que mulheres a praticar Geocaching sozinho. Através da análise dos resíduos ajustados na forma estandardizada, salienta-se que 12,7% (RAE=6,1) dos homens refere praticar Geocaching sozinho e 17,3% (RAE=3,1) das mulheres refere praticar Geocaching com o seu companheiro, como se pode verificar no Gráfico 12. Nas diferentes faixas etárias também se encontraram algumas diferenças estatísticas significativas, existindo uma tendência para a companhia mais referenciada no Geocaching, entre os 18 e os 30 anos, ser o companheiro/a (22%, RAE=2,3) e para que os praticantes nas idades entre os 44 e os 56 anos de idade, realizem esta atividade sozinhos 2,9% (RAE=4,4), como se pode verificar no Gráfico 13.

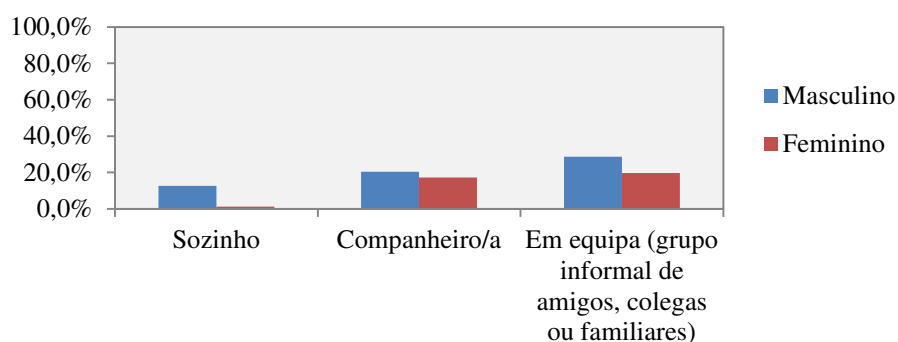


Gráfico 12 - Relação género e companhia na prática de Geocaching

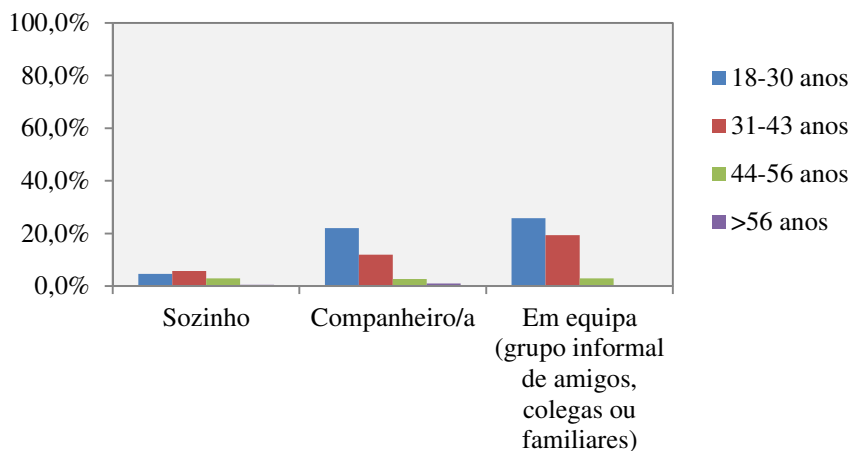


Gráfico 13 - Relação entre grupo etário e companhia na prática de Geocaching

Em termos de frequência da prática da atividade, a maioria dos inquiridos afirmou praticar Geocaching com alguma regularidade, ou seja, pelo menos uma vez por mês ou 1 a 2 dias por semana, nas respetivas percentagens de 32,5% e 32,1%. É de salientar que apenas 1,8% afirmam praticar todos os dias da semana e que 26,6% afirmam praticar apenas esporadicamente, em situação de férias ou fins de semana prolongados, como ilustra o Gráfico 14.

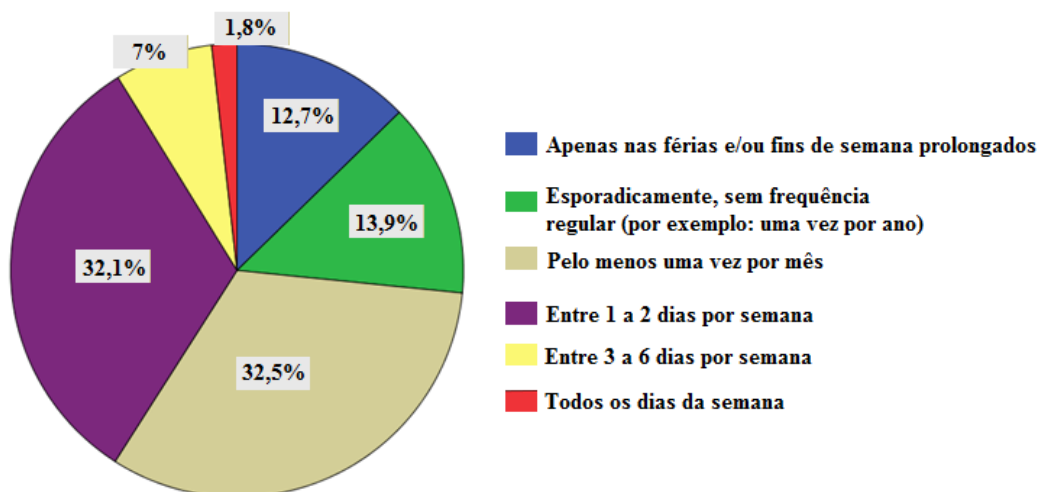


Gráfico 14 - Frequência da prática de Geocaching

Através da aplicação do teste do Qui-quadrado por simulação de Monte Carlo, verificaram-se diferenças estatisticamente significativas entre o género e a frequência da prática de Geocaching, existindo uma correlação positiva fraca ($p\text{-value} < 0,05$ e V de Cramer = 0,180). A análise dos resíduos ajustados na forma estandardizada indica-nos diferenças estatisticamente significativas, uma vez que os homens

praticam Geocaching com mais frequência do que as mulheres. Enquanto 6,5% (RAE=2,6) das mulheres refere praticar Geocaching apenas nas férias e/ou fins de semana prolongados, 5,7% (RAE=2,7) dos homens referem praticar Geocaching entre 3 a 6 dias por semana e 1,6% (RAE=2,0) refere praticar todos os dias da semana, como se pode verificar no Gráfico 15.

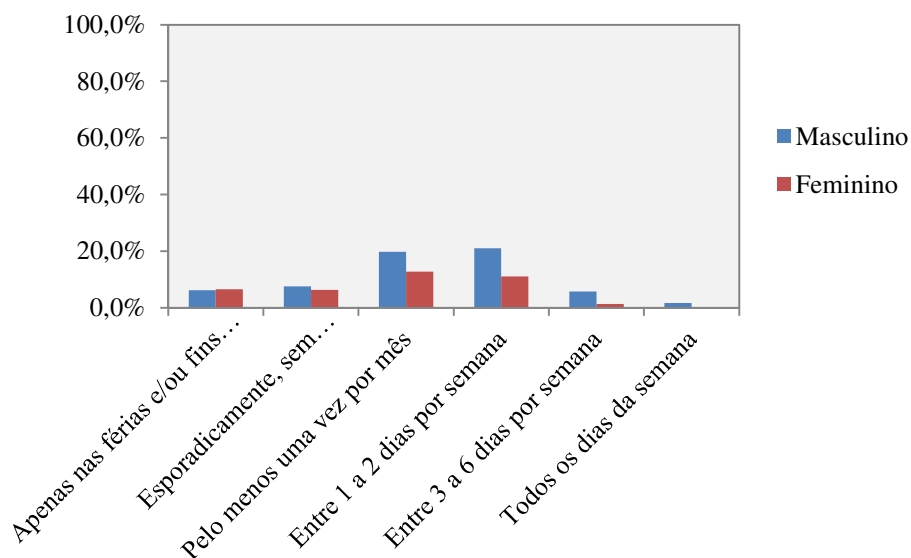


Gráfico 15 - Frequência da prática de Geocaching entre géneros

Quanto ao período do ano preferido para a prática desta atividade, mais de metade dos inquiridos (65,3%) afirma praticar Geocaching durante todo o ano de forma indiferenciada. Para os restantes o período do ano preferido, para a prática desta atividade, é o Verão, com 25,3%, seguida da Primavera, com 7,5% e por último ficam o Outono e o Inverno, com 1,1% e 0,8% respetivamente (ver Gráfico 16).

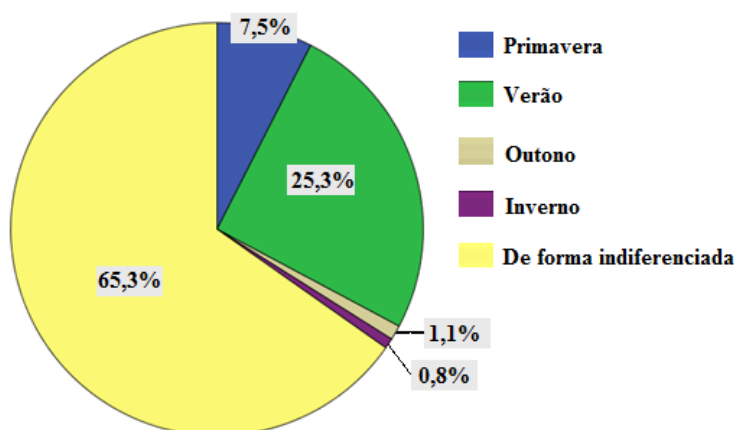


Gráfico 16 – Período mais utilizado para a prática de Geocaching

Sobre o tipo de geocaches que esta amostra de inquiridos já encontrou pelo menos uma vez, pode-se concluir que 99,2% dos inquiridos já encontrou pelo menos uma geocache tradicional e que esta é a geocache que mais praticantes encontraram (pelo menos uma vez), seguidas da Multi-cache (91%), da Geocache Mistério (77,8%), das *Earthcache* (63,5%) e das *Letterbox* (53,8%). No que respeita aos eventos Geocaching, 61,8% dos inquiridos já participou pelo menos uma vez num evento, 27,4% dos inquiridos já participou num evento CITO, e 1,3% dos inquiridos já participou num mega evento, como se pode verificar no Gráfico 17.

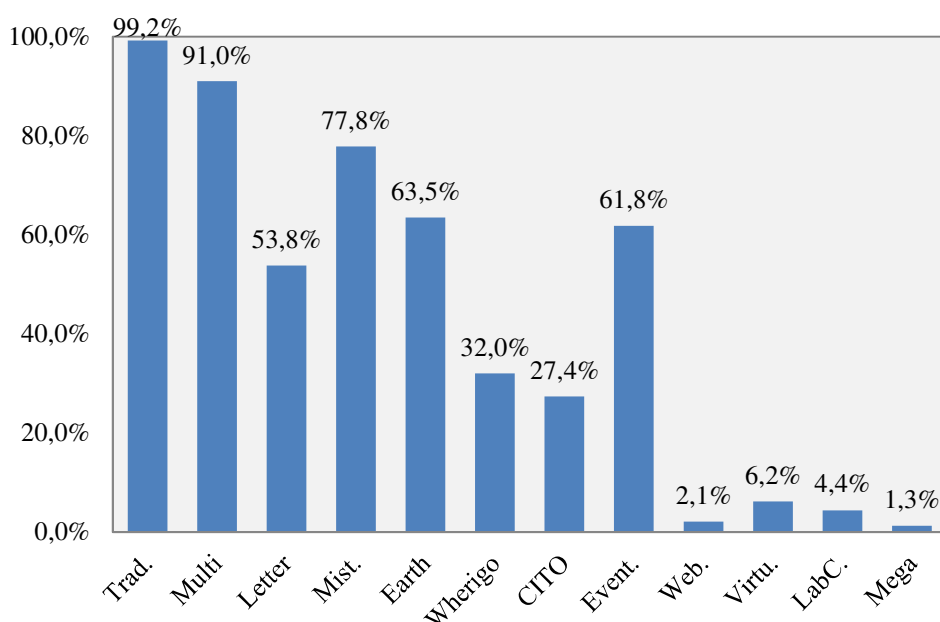


Gráfico 17 - Percentagem de praticantes por tipologia de geocache

As geocaches praticadas com maior frequência são as do tipo tradicional, escolhidas por 92,2% dos inquiridos, sendo que este é o tipo de geocache que existe em maior quantidade e também por isso das mais procuradas. Dos restantes, 4,6% dos inquiridos afirma fazer com maior frequência Multi-cache e 1,5% Geocache Mistério e apenas 0,7% dos inquiridos afirma participar com maior frequência em eventos, sendo que dentro dos eventos se podem incluir os Eventos, os Mega-eventos e os eventos CITO, como é possível verificar na Tabela 11.

Tabela 11 - Tipo de geocache realizada com maior frequência

Tipo de geocache realizada com maior frequência	Frequência	Percentagem
Tradicional	565	92,2%
Multi-cache	28	4,6%
Letterbox	3	0,5%
Geocache Mistério	9	1,5%
Earthcache	2	0,3%
Evento	4	0,7%
Todas	2	0,3%

5.3. Caracterização do comportamento em viagem Geocaching

A caracterização do comportamento em viagem, com atividade Geocaching, serviu para obter conhecimentos sobre aspetos relacionados com a duração, a frequência e o planeamento dessas viagens, perceber a existência ou não de viagens com a principal intenção de praticar Geocaching e a probabilidade dessas viagens virem a acontecer futuramente.

Da amostra recolhida, 96,1% dos inquiridos afirma já ter realizado viagens com atividade Geocaching, e apenas 3,9% da amostra afirma nunca ter realizado viagens com atividade Geocaching. Dos inquiridos que responderam já ter feito viagens com atividade Geocaching, 50,1% confirma já ter efetuado viagens em que a principal intenção foi praticar Geocaching, e 46% confirma praticar Geocaching nas suas viagens apesar do Geocaching não ser a intenção principal das suas viagens. Através da aplicação do teste do Qui-quadrado por simulação de Monte Carlo, verificaram-se diferenças estatisticamente significativas entre a realização de viagens com a principal intenção de praticar Geocaching e o grupo etário, existindo uma correlação positiva fraca ($p\text{-value} < 0,05$ e V de Cramer = 0,102), demonstrando que existe uma tendência para 26,8% (RAE=2,6) dos inquiridos entre os 18 e os 30 anos praticar Geocaching nas suas viagens, mesmo que não realizem viagens com a principal intenção de praticar Geocaching, enquanto 20,7% (RAE=2,2) dos inquiridos, entre os 31 e os 43 anos, já realizaram viagens com a principal intenção de praticar Geocaching (ver Gráfico 18).

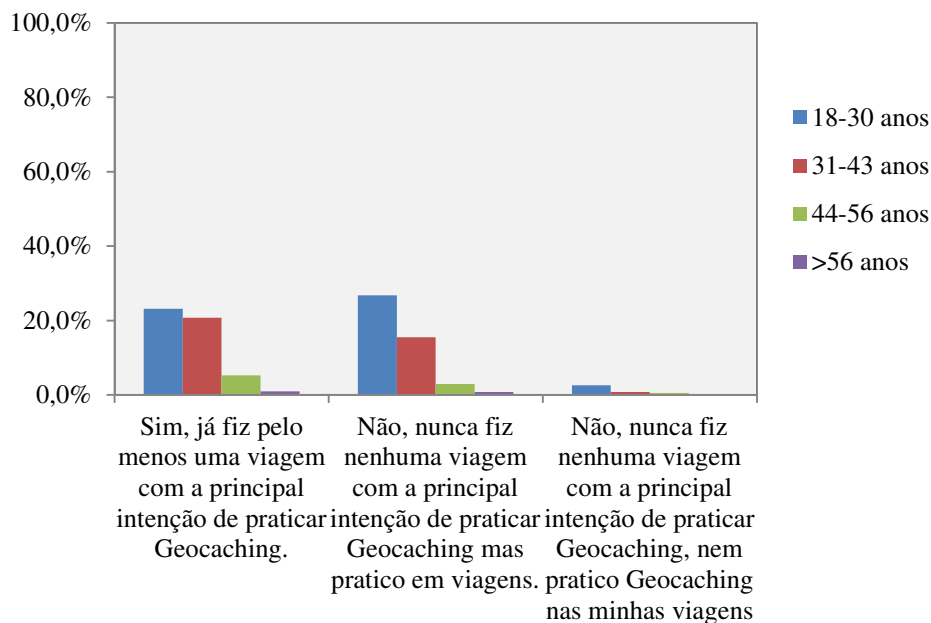


Gráfico 18 - Diferenças nas viagens com a principal intenção de praticar Geocaching entre faixas etárias

Dos 589 praticantes que afirmam praticar Geocaching nas suas viagens, 10,5% afirma não ter realizado nenhuma viagem nos últimos 12 meses e 89,5% afirma ter realizado pelo menos uma viagem nos últimos 12 meses. Dos que realizaram viagens nos últimos 12 meses, a maior percentagem (34,5%) realizou apenas uma a duas viagens e esta percentagem vai diminuindo à medida que aumenta o número de viagens nos últimos 12 meses. Assim, 29,2% dos respondentes realizou 3 a 5 viagens, 14,9% realizou 6 a 10 viagens, 5,6% realizou 11 a 20 viagens e apenas 5,3% realizou mais de 21 viagens, como é possível verificar através do Gráfico 19.

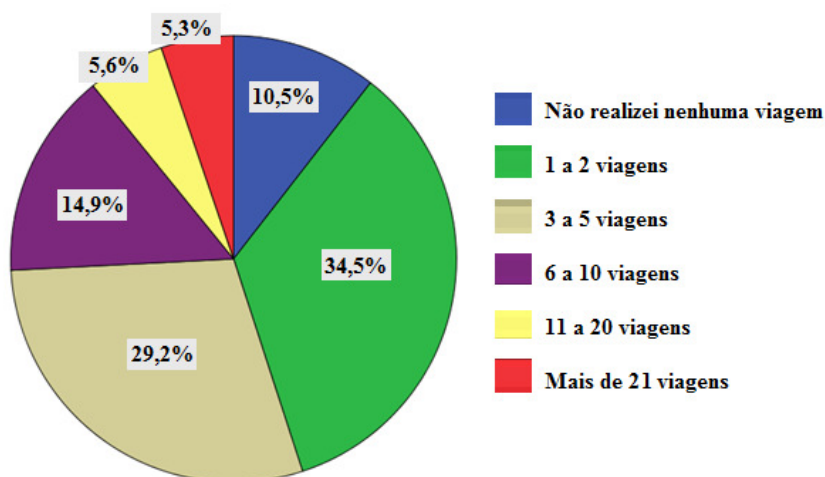


Gráfico 19 - Viagens Geocaching nos últimos 12 meses

Através da aplicação do teste do Qui-quadrado por simulação de Monte Carlo, verificaram-se diferenças estatisticamente significativas entre o grupo etário e o número de viagens Geocaching efetuadas nos últimos 12 meses, existindo uma correlação positiva fraca ($p\text{-value} < 0,1$ e V de Cramer = 0,118). A análise dos resíduos ajustados na forma estandardizada evidência a existência de uma tendência para os inquiridos com mais de 56 anos de idade terem efetuado de 3 a 5 viagens nos últimos 12 meses (1,4% e $RAE=3,2$) e para os inquiridos entre os 44 e os 56 anos terem efetuado 11 a 20 viagens nos últimos 12 meses (1% e $RAE=2,1$), como é possível verificar no Gráfico 20.

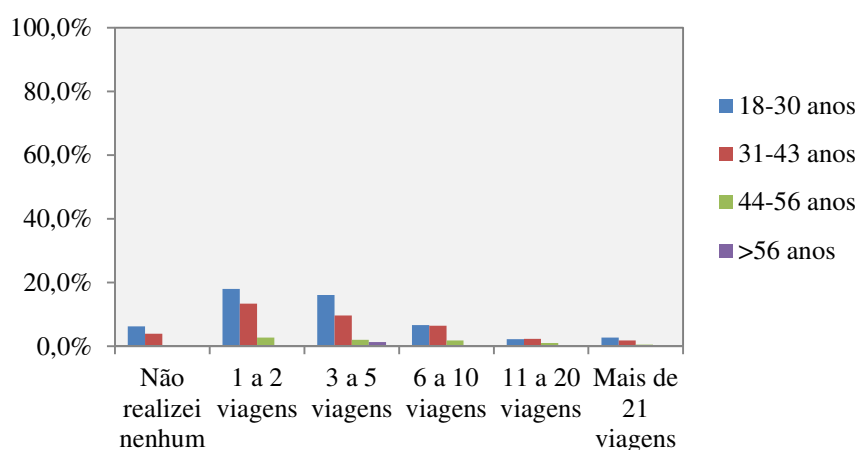


Gráfico 20 - Relação entre o grupo etário dos praticantes e o número de viagens efetuadas nos últimos 12 meses

Através da aplicação do teste do Qui-quadrado por simulação de Monte Carlo, verificaram-se diferenças estatisticamente significativas entre o número de viagens efetuadas nos últimos 12 meses e os rendimentos líquidos mensais dos inquiridos, existindo uma correlação positiva fraca ($p\text{-value} < 0,05$ e V de Cramer = 0,156); de salientar que existe uma maior tendência para pessoas que auferem um maior rendimento líquido mensal ter efetuado um maior número de viagens nos últimos 12 meses e para pessoas sem rendimentos a tendência ser para não terem efetuado viagens nos últimos 12 meses. Esta tendência é comprovada pelos resíduos ajustados na forma estandardizada, que nos indicam que pessoas que auferem entre 501€ e 750€ não efetuaram viagens nos últimos 12 meses ($RAE=3,3$), pessoas que auferem entre 2001€ e 3000€ e entre 3001€ e 5000€ realizaram entre 11 a 20 viagens ($RAE=2,7$ e $RAE=3,9$ respetivamente) e pessoas que auferem mais de 5000€

líquidos mensais realizaram entre 6 a 10 viagens (RAE=2,5), como é possível observar no Gráfico 21.

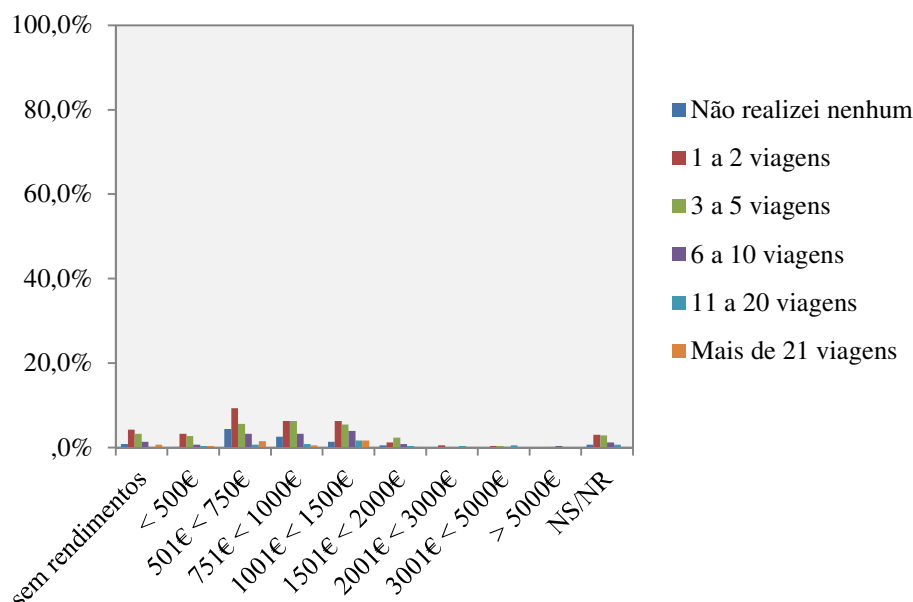


Gráfico 21 - Relação entre rendimento líquido mensal e número de viagens efetuadas nos últimos 12 meses

No que respeita à duração dessas viagens, dos 527 praticantes, que efetuaram pelo menos uma viagem nos últimos 12 meses, 67,2% efetuaram viagens de pelo menos dois dias, 28,6% efetuaram viagens de 3 a 7 dias e apenas 4,2% efetuou viagens de duração superior a 7 dias. Quando ao planeamento das viagens pode-se concluir que 86,1% dos inquiridos afirma fazer a escolha do seu destino de acordo com os seus interesses/objetivos de viagem e só depois fazer uma pesquisa das geocaches existentes nesse destino e que 12,2% dos inquiridos planeia a sua viagem de forma inversa, ou seja, fez a escolha do destino de acordo com geocaches de interesse que pesquisou e/ou lhe deram a conhecer. Apenas 0,5% dos inquiridos faz a escolha do seu destino de acordo com *Geotours* existentes em *geocaching.com* e 0,3% de acordo com eventos, sendo estas duas as hipóteses menos escolhidas (ver Gráfico 22).

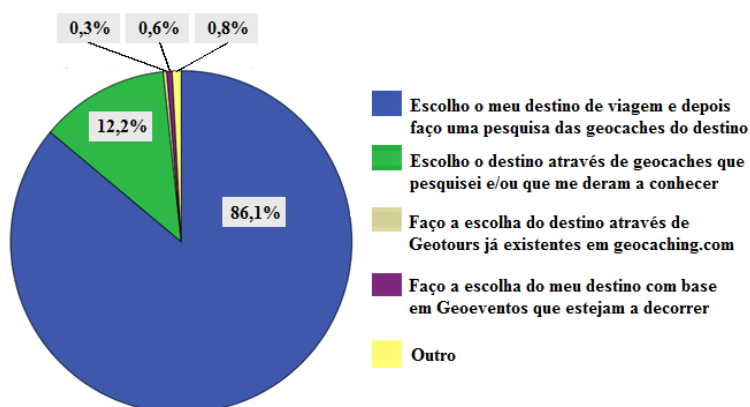


Gráfico 22 - Opções de planeamento de uma viagem com atividade Geocaching

Através da aplicação do teste do Qui-quadrado por simulação de Monte Carlo, verificaram-se diferenças estatisticamente significativas entre o género e a forma como são escolhidos os destinos, existindo uma correlação positiva fraca ($p\text{-value} < 0,05$ e V de Cramer = 0,145). Salienta-se, através da análise dos resíduos ajustados na forma estandardizada, que 33,8% (RAE=2,2) dos inquiridos do género feminino escolhe primeiro o seu destino de viagem, de acordo com os seus interesses e depois faz uma pesquisa das geocaches existentes no seu destino; 9,2% (RAE=2,3) dos inquiridos do género masculino efetua a escolha do seu destino com base em geocaches que pesquisou ou que lhe foram dadas a conhecer e que existe uma tendência para 0,5% (RAE=2,2) dos inquiridos do género feminino efetuar a escolha do seu destino com base em Geoevents que estejam a decorrer (ver Gráfico 23).

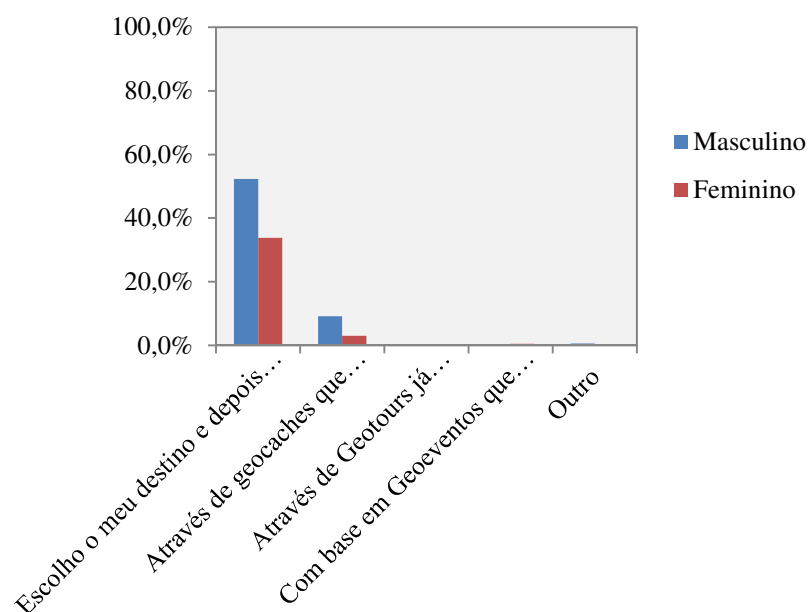


Gráfico 23 - Relação entre opções de planeamento de viagem e género

A questão da predisposição para realizar uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching no futuro foi, novamente respondida por todos os inquiridos e dos 613 participantes neste estudo, 79,8% dos inquiridos afirma estar disposto a efetuar uma viagem Geocaching no futuro. Destes inquiridos, 38,6% encontram-se totalmente dispostos a fazê-lo, 7,9% mostra-se entre nada e pouco disposto a realizar uma viagem Geocaching no futuro e 12,4% não se mostra nem pouco nem muito disposto na realização da viagem, como se encontra ilustrado no Gráfico 24.

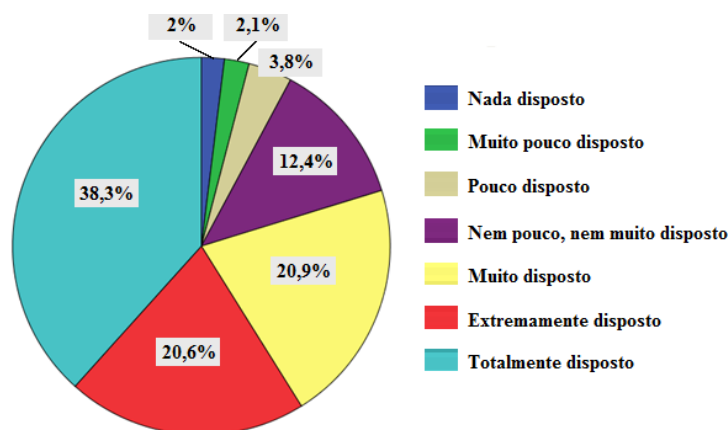


Gráfico 24 - Predisposição para efetuar uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching no futuro

Dos inquiridos que já efetuaram viagens com a principal intenção de praticar Geocaching, 24% demonstram-se totalmente predispostos a efetuar novamente uma viagem, existindo assim uma tendência, por parte destes inquiridos, para repetir viagens com a principal intenção de efetuar Geocaching (RAE=4,9).

Os inquiridos que nunca efetuaram viagens com a principal intenção de praticar Geocaching, mas que praticam Geocaching nas suas viagens, demonstram menos importância e uma menor tendência em efetuar uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching no futuro: 7,7% destes inquiridos (RAE=3,0) afirma estar “Nem pouco, nem muito disposto”, 2,6% (RAE=2,3) afirma estar “Pouco disposto” e 1,6% (RAE=2,3) afirma estar “Muito pouco disposto”.

Os inquiridos que nunca efetuaram viagens com a principal intenção de praticar Geocaching nem praticam Geocaching nas suas viagens, também demonstram muito pouca importância em efetuar uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching no futuro, existindo mesmo uma tendência para a não realização desse tipo de viagens: 0,5% destes inquiridos (RAE=3,8) afirma estar

“Nada disposto” e 0,3% (RAE=2,2) afirma estar “Muito pouco disposto”, como é possível visualizar no Gráfico 25.

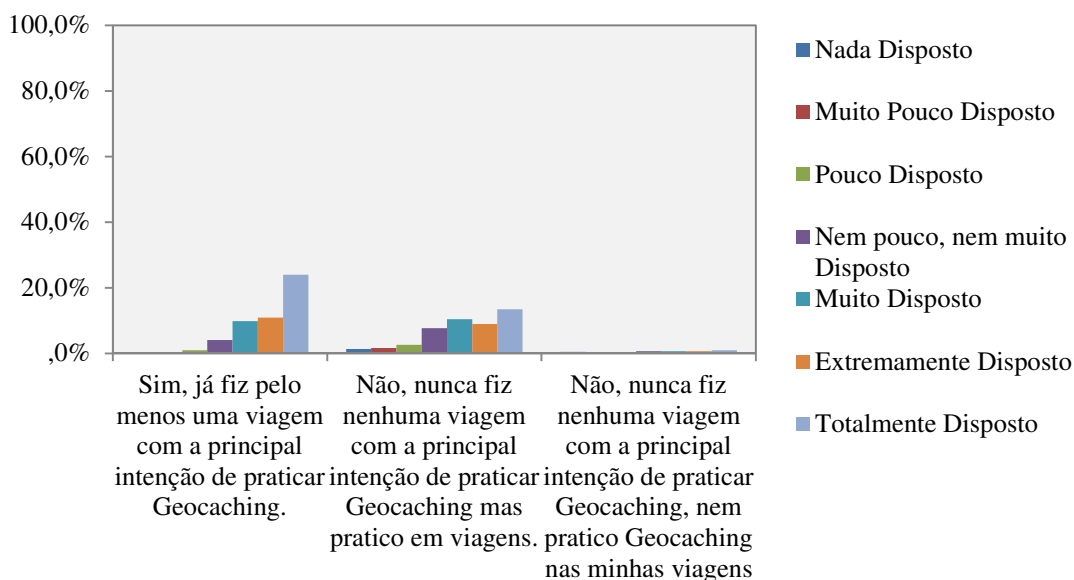


Gráfico 25 - Relação entre viagens efetuadas e predisposição para efetuar uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching no futuro (2)

Ao analisar o número de viagens com atividade Geocaching nos últimos 12 meses e a predisposição para realizar viagens com a principal intenção de realizar Geocaching no futuro, mais uma vez se pode concluir que existe uma predisposição para quem realizou menos viagens ou não realizou nenhuma viagem nos últimos 12 meses para se demonstrar menos disposto a voltar a fazer uma viagem deste tipo (0,5% dos inquiridos que não realizaram viagens nos últimos 12 meses responderam “Nada disposto” (RAE=2,2) e 1,2% dos que efetuaram 1 a 2 viagens responderam “Muito pouco disposto” (RAE=2,1)) e; uma predisposição para pessoas que realizaram várias viagens nos últimos 12 meses para voltar a efetuar uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching (3,6% dos inquiridos que realizaram 11 a 20 viagens e 3,6% dos que realizaram mais de 21 viagens nos últimos 12 meses responderam “Totalmente disposto” (RAE=3,0 e RAE=3,4)), como é possível verificar através do Gráfico 26.

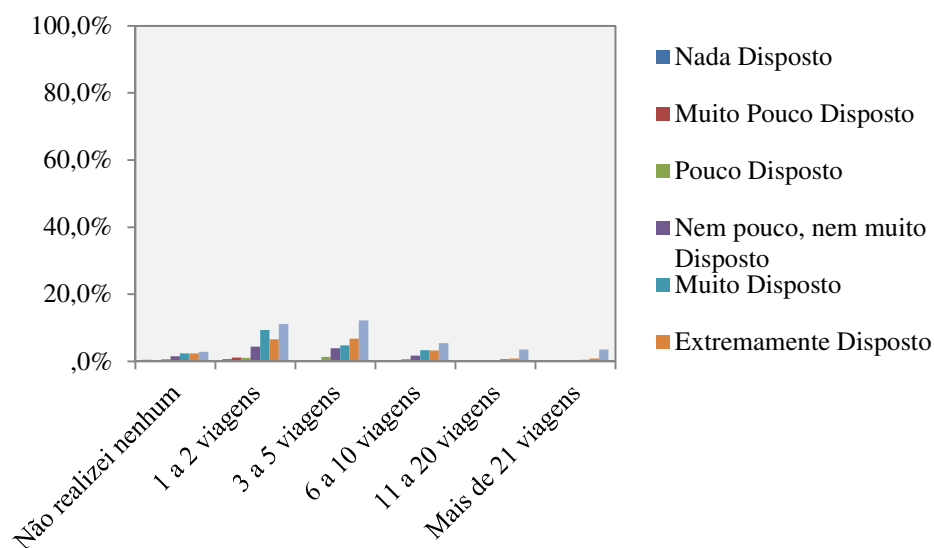


Gráfico 26 - Relação entre viagens efetuadas nos últimos 12 meses e predisposição para efetuar uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching no futuro (3)

5.4. Motivações para a prática de Geocaching

Fazendo a análise das motivações para a prática de Geocaching, pode-se observar que as mais valorizadas, numa escala de 1 (nada importante) a 7 (totalmente importante) são: (1) Para apreciar as paisagens, (3) Para experimentar coisas novas e diferentes, (4) Para viver a natureza, (8) Para estar próximo da natureza, e (11) Para fugir ao quotidiano, todas com uma moda de resposta de 7 (correspondendo a uma avaliação de “Totalmente importante”). Destas cinco características as duas mais importantes são a (1) Para apreciar as paisagens ($M = 6,1$ e $\pm 1,0$) e (4) Para viver a natureza ($M = 6,1$ e $\pm 1,0$). As duas únicas motivações que os inquiridos classificaram abaixo do valor médio de 4 (nem pouco nem muito importante), com uma moda de classificação de 1 e uma média de 2,45 e 3,27 respetivamente, foram as motivações (23) Para me afastar de outras pessoas e (24) Para estar comigo próprio (Tabela 12).

Através da Análise Fatorial, foi efetuada a redução das 26 motivações associadas à prática de Geocaching em 5 dimensões. Para a interpretação dos dados ser válida, verificaram-se os valores de Kaiser-Meyer-Olkin que, neste caso, por serem superiores a 0,9, foram considerados Bons (Marôco, 2011) para descrever, satisfatoriamente, as variações dos dados originais.

Tabela 12 – Motivações para a prática de Geocaching.

Motivações para a prática de Geocaching	Respostas							Medidas de Tendência Central		
	1	2	3	4	5	6	7	Média	Moda	±
1. Para apreciar as paisagens	0,2%	0,0%	1,3%	5,2%	16,2%	32,6%	44,5%	6,1	7	1,0
2. Para a prática de exercício físico	1,5%	1,8%	5,7%	20,6%	25,4%	24,5%	20,6%	5,2	5	1,4
3. Para experimentar coisas novas e diferentes	0,3%	0,5%	2,3%	9,0%	25,1%	30,3%	32,5%	5,8	7	1,1
4. Para viver a natureza	0,2%	0,0%	1,0%	6,7%	14,5%	32,6%	45,0%	6,1	7	1,0
5. Para testar capacidades e/ou habilidades	1,5%	2,3%	8,2%	22,3%	24,5%	22,0%	19,2%	5,1	5	1,4
6. Para participar em atividades recreativas	2,0%	2,3%	5,7%	17,8%	29,0%	24,8%	18,4%	5,2	5	1,4
7. Para me sentir mais saudável	2,6%	1,6%	5,7%	17,0%	23,8%	25,3%	24,0%	5,3	6	1,4
8. Para estar próximo da natureza	0,5%	0,3%	2,4%	7,8%	18,4%	31,3%	39,2%	5,9	7	1,1
9. Para me por à prova	4,1%	3,9%	10,0%	16,8%	25,6%	19,9%	19,7%	5,0	5	1,6
10. Para aprender sobre a história natural da área	1,1%	1,5%	3,1%	12,4%	22,8%	31,8%	27,2%	5,6	6	1,3
11. Para fugir ao quotidiano	0,8%	0,2%	2,4%	9,0%	19,2%	31,0%	37,4%	5,9	7	1,2
12. Para a utilização do meu próprio equipamento	10,4%	9,0%	15,3%	29,4%	18,3%	9,8%	7,8%	4,0	4	1,7
13. Para aprender sobre a história cultural da área	1,6%	1,6%	3,3%	11,9%	23,2%	31,6%	26,8%	5,6	6	1,3
14. Para fazer algo com a minha família	5,4%	6,0%	7,5%	16,3%	22,8%	22,3%	19,6%	4,9	5	1,7
15. Para relaxar fisicamente	2,0%	1,6%	5,2%	14,8%	24,1%	31,5%	20,7%	5,4	6	1,4
16. Para ter uma experiência diferente	0,2%	1,1%	1,8%	11,7%	22,8%	32,1%	30,2%	5,7	6	1,1
17. Para experimentar novas emoções	1,5%	1,1%	3,1%	13,1%	25,0%	28,2%	28,1%	5,6	6	1,3
18. Para estar com pessoas que apreciem as mesmas coisas que eu	3,8%	1,5%	4,6%	14,7%	24,3%	25,9%	25,3%	5,3	6	1,5
19. Para ter um momento só meu	19,6%	11,4%	13,2%	21,4%	13,7%	12,1%	8,6%	3,7	4	1,9
20. Para partilhar as minhas capacidades e conhecimentos com outros	6,7%	6,2%	9,6%	23,7%	24,6%	17,5%	11,7%	4,5	5	1,6
21. Para pensar nos meus valores pessoais	11,6%	9,8%	14,2%	25,1%	17,9%	11,4%	10,0%	4,0	4	1,8
22. Para estar com membros do meu grupo	5,4%	3,8%	9,3%	20,9%	23,3%	20,6%	16,8%	4,8	5	1,6
23. Para me afastar de outras pessoas	46,2%	14,5%	12,1%	12,7%	6,9%	4,2%	3,4%	2,5	1	1,7
24. Para estar comigo próprio	29,4%	12,1%	12,7%	17,1%	12,4%	9,6%	6,7%	3,3	1	2,0
25. Para ser criativo ao fazer algo como desenhar, pintar, tirar fotografias	14,2%	9,1%	12,7%	19,6%	17,8%	13,7%	12,9%	4,1	4	1,9
26. Para conhecer novas pessoas	7,2%	6,0%	8,5%	20,7%	21,9%	18,9%	16,8%	4,7	5	1,7

1- Nada importante; 2- Muito pouco importante; 3- Pouco Importante; 4- Nem pouco nem muito importante; 5- Muito importante; 6- Extremamente importante; 7- Totalmente importante

Verificou-se também que os valores de significância se encontravam abaixo de 0,1, de forma a provar a adequação do método de análise para o tratamento dos dados, ou seja, a existência de diferenças estatisticamente significativas. As 5 dimensões sugeridas, através da aplicação do método de rotação Varimax (Marôco, 2011), para explicar as motivações da prática de Geocaching, correspondem a 61,9% da variância total e foram caracterizadas da seguinte forma, como se pode observar na Tabela 13:

i) A dimensão 1, a que se deu o nome de “Evasão”, é constituída pelos itens apreciar as paisagens, viver a natureza, praticar exercício físico, sentir-se saudável, relaxar fisicamente, experimentar coisas novas e diferentes, como por exemplo, novas emoções, estando próximo da natureza e fugindo ao quotidiano;

ii) A dimensão 2, a que se deu o nome de “Sociabilidade”, é caracterizada por incluir os itens associados à participação em atividades recreativas, fazer algo com a família, estar com membros do seu grupo ou pessoas que apreciem as mesmas coisas e, assim, partilhar capacidades e conhecimentos com outros e conhecer novas pessoas;

iii) A dimensão 3, que se deu o nome de “Independência/Autorrealização”, é constituída pelas motivações: ter um momento só seu, pensar nos valores pessoais, e para se afastar das outras pessoas. Inclui ainda ser criativo ao fazer algo como desenhar, pintar, tirar fotografias;

iv) A dimensão 4, a que se deu o nome de “Desafio/Aventura”, incorpora os itens: testar capacidades e/ou habilidades; para se pôr à prova, e para utilizar o seu próprio equipamento;

v) A dimensão 5, a que se deu o nome de “Cultura/Conhecimento”, agrupa as motivações que incluem: aprender sobre a história natural e cultural da área.

Tabela 13 – dimensões sugeridas, através da aplicação do método de rotação Varimax, para a prática de Geocaching^a

Dimensões das motivações da prática de Geocaching	Variáveis	Loadings	Variance	Cronbach's alpha
Dimensão 1: “Evasão”	1. Para apreciar as paisagens	0,655	16,07%	0,881
	2. Para a prática de exercício físico	0,612		
	3. Para experimentar coisas novas e diferentes	0,619		
	4. Para viver a natureza	0,679		
	7. Para me sentir mais saudável	0,596		
	8. Para estar próximo da natureza	0,659		
	11. Para fugir ao quotidiano	0,452		
	15. Para relaxar fisicamente	0,579		
	16. Para ter uma experiência diferente	0,532		
Dimensão 2: “Sociabilidade”	17. Para experimentar novas emoções	0,505	14,70%	0,828
	6. Para participar em atividades recreativas	0,452		
	14. Para fazer algo com a minha família	0,624		
	18. Para estar com pessoas que apreciem as mesmas coisas que eu	0,719		
	20. Para partilhar as minhas capacidades e conhecimentos com outros	0,567		
	22. Para estar com membros do meu grupo	0,768		
Dimensão 3: “Independência/Autorrealização”	26. Para conhecer novas pessoas	0,603	11,91%	0,812
	19. Para ter um momento só meu	0,820		
	21. Para pensar nos meus valores pessoais	0,595		
	23. Para me afastar de outras pessoas	0,775		
	24. Para estar comigo próprio	0,878		
Dimensão 4: “Desafio/Aventura”	25. Para ser criativo ao fazer algo como desenhar, pintar, tirar fotografias	0,453	10,73%	0,785
	5. Para testar capacidades e/ou habilidades	0,788		
	9. Para me por à prova	0,798		
Dimensão 5: “Cultura/Conhecimento”	12. Para a utilização do meu próprio equipamento	0,483	8,49%	0,916
	10. Para aprender sobre a história natural da área	0,841		
	13. Para aprender sobre a história cultural da área	0,817		

^aMétodo de rotação: Varimax, com 61,9% da variância explicada, Sig. = 0,000 e KMO = 0,914.

5.5. Atributos do destino para a prática de Geocaching

Fazendo a análise dos atributos de destino, procurados por quem pratica Geocaching, podemos observar que os mais valorizados, numa escala de 1 a 7 são: (1) Destino com boas paisagens naturais; (3) Destino com um património histórico-cultural rico; (10) Destino com preços baixos (baixo custo de vida); (11) Destino seguro, correspondendo a uma avaliação de “Totalmente importante”. Destas cinco características, a mais valorizada é o (1) “Destino com boas paisagens naturais”, por apresentar uma média ($M = 6,3$) mais elevado e um menor desvio padrão ($\pm 0,9$).

Com uma moda de classificação de 6, correspondente a “Extremamente importante” e uma média entre 5,0 e 5,9 apresentam-se os atributos: (2) Destino

hospitaleiro; (5) Destino com boa qualidade ambiental; (6) Destino com boa gastronomia; (13) Destino com abundância de geocaches; (20) Destino com ambiente relaxante; (21) Destino com características para a prática de outras atividades físicas e desportivas. A característica (15) Destinos com geocaches com popularidade, apesar de apresentarem também uma moda de respostas de 6, correspondente a “Extremamente importante”, apresentam uma média apenas de 4,9 e um desvio padrão de quase duas unidades ($\pm 1,7$).

Com uma moda de classificação de 5, correspondente a “Muito importante” e uma média entre 4,6 e 4,9 ficaram os atributos: (8) Destino com boas acessibilidades; (9) Destino com diversidade de serviços (comércio, atrações, etc.); (14) Destino com diversidade de tipologia de geocaches.

Quanto aos atributos (4) Destino com alojamento diversificado, (7) Destino com animação noturna atrativa, (12) Destino que permita conhecer outros geocachers, (16) Destino com baixa procura turística, (17) Destino que permita a proximidade com a comunidade local, (18) Destino que tenha eventos de Geocaching e (19) Destino com *Geotours* pode-se dizer que foram os atributos que os inquiridos deram menor importância. Estes tiveram uma média e uma moda abaixo dos 5 valores, correspondendo a uma classificação de “Nem pouco nem muito importante”.

Na classificação dos atributos de destino não existiu nenhuma característica que tivesse tido a média e a moda abaixo de 4 valores (Tabela 14).

Através de uma Análise Fatorial, foi efetuada, posteriormente, a redução dos 21 atributos associados a destinos Geocaching em 4 dimensões. Para a interpretação dos dados ser válida, verificaram-se os valores de Kaiser-Meyer-Olkin, que, neste caso, por serem superiores a 0,9, foram considerados Bons (Marôco, 2011) para descrever, satisfatoriamente, as variações dos dados originais. Verificou-se também que os valores de significância se encontravam abaixo de 0,1, de forma a provar a adequação do método de análise para o tratamento dos dados, ou seja, a existência de diferenças estatisticamente significativas.

Tabela 14 - Características de destino Geocaching

Atributos de destino Geocaching	Respostas							Medidas de Tendência Central		
	1	2	3	4	5	6	7	Média	Moda	±
1. Destino com boas paisagens naturais	0,3%	0,0%	0,7%	4,6%	8,6%	38,2%	47,6%	6,3	7	0,9
2. Destino hospitaleiro	0,5%	1,1%	2,9%	14,7%	21,4%	37,0%	22,3%	5,6	6	1,2
3. Destino com um património histórico-cultural rico	0,5%	0,8%	2,3%	7,3%	17,9%	33,1%	38,0%	5,9	7	1,1
4. Destino com alojamento diversificado	2,6%	2,8%	8,3%	25,8%	25,0%	21,5%	14,0%	4,9	4	1,4
5. Destino com boa qualidade ambiental	0,3%	0,0%	1,6%	7,6%	20,7%	36,1%	34,3%	5,9	6	1,0
6. Destino com boa gastronomia	1,5%	1,8%	6,9%	18,8%	25,4%	27,4%	18,3%	5,2	6	1,4
7. Destino com animação noturna atrativa	12,2%	13,4%	14,8%	25,6%	18,4%	8,8%	6,7%	3,8	4	1,7
8. Destino com boas acessibilidades	1,5%	4,4%	8,2%	21,4%	26,8%	21,4%	16,5%	5,0	5	1,4
9. Destino com diversidade de serviços (comércio, atrações, etc.)	3,1%	5,4%	11,1%	24,0%	27,4%	19,1%	10,0%	4,6	5	1,5
10. Destino com preços baixos (baixo custo de vida)	2,1%	1,5%	4,7%	14,8%	20,4%	28,1%	28,4%	5,5	7	1,4
11. Destino seguro	0,5%	1,1%	1,6%	10,1%	18,3%	31,5%	36,9%	5,9	7	1,2
12. Destino que permita conhecer outros geocachers	7,2%	7,5%	10,3%	24,3%	23,2%	13,7%	13,9%	4,5	4	1,7
13. Destino com abundância de geocaches	3,9%	3,4%	8,2%	16,6%	21,0%	24,6%	22,2%	5,1	6	1,6
14. Destino com diversidade de tipologia de geocaches	4,2%	6,0%	9,5%	19,1%	24,8%	19,1%	17,3%	4,8	5	1,6
15. Destinos com geocaches com popularidade	7,5%	5,2%	9,3%	20,6%	19,6%	22,0%	15,8%	4,7	6	1,7
16. Destino com baixa procura turística	9,3%	8,8%	13,4%	33,0%	18,6%	11,9%	5,1%	4,0	4	1,6
17. Destino que permita a proximidade com a comunidade local	3,4%	4,2%	10,9%	26,8%	26,8%	17,5%	10,4%	4,6	4	1,4
18. Destino que tenha eventos de Geocaching	16,5%	12,7%	16,0%	24,3%	14,4%	9,3%	6,9%	3,6	4	1,8
19. Destino com Geotours	18,3%	12,7%	13,4%	27,2%	16,2%	6,4%	5,9%	3,5	4	1,7
20. Destino com ambiente relaxante	0,7%	1,5%	2,4%	11,6%	21,4%	35,1%	27,4%	5,7	6	1,2
21. Destino com características para a prática de outras atividades físicas e desportivas	3,1%	3,6%	7,5%	20,2%	23,5%	25,0%	17,1%	5,0	6	1,5

1- Nada importante; 2- Muito pouco importante; 3- Pouco Importante; 4- Nem pouco nem muito importante; 5- Muito importante; 6- Extremamente importante; 7- Totalmente importante

As 4 dimensões sugeridas, através da aplicação do método de rotação Varimax (Marôco, 2011), para explicar os atributos *pull* de destino,

correspondem a 60,1% da variância total e foram caracterizadas da seguinte forma, com a ajuda da Tabela 15:

i) A dimensão 1, a que se deu o nome de “Geoatributos”, é constituída pelos atributos associados ao Geocaching, como, destino que permite conhecer outros geocachers, possuir abundância de geocaches, diversidade na tipologia de geocaches, geocaches com popularidade, ou ainda um destino com *Geotours* ou ocorrência de eventos Geocaching;

ii) A dimensão 2, a que se deu o nome de “Serviços de lazer e turismo”, é caracterizada por incluir os serviços associados ao turismo e lazer nos destinos, como o alojamento diversificado, a boa gastronomia, e a animação noturna atrativa, as acessibilidades, a diversidade de serviços (comércio, atrações, etc.), os preços baixos (baixo custo de vida) e a segurança do destino;

iii) A dimensão 3, a que se deu o nome de “Ambiente natural e sociocultural”, é caracterizado por incluir os atributos relacionados com a hospitalidade boas paisagens naturais, o património histórico-cultural rico, a boa qualidade ambiental, e ainda o ambiente relaxante;

iv) A dimensão 4, a que se deu o nome de “Ambiente autêntico ou genuíno”, é constituída por atributos relacionados com o contexto sociocultural, e inclui a baixa procura turística a proximidade com a comunidade local, e ainda a prática de outras atividades físicas e desportivas.

Tabela 15 - dimensões sugeridas, através da aplicação do método de rotação Varimax, para destinos Geocaching

Dimensões dos atributos de destino (fatores pull)	Variáveis	Loadings	Variance	Cronbach's alpha
Dimensão 1: “Geoatributos”	12. Destino que permita conhecer outros geocachers	0,656	17,10%	0,876
	13. Destino com abundância de geocaches	0,781		
	14. Destino com diversidade de tipologia de geocaches	0,774		
	15. Destinos com geocaches com popularidade	0,734		
	18. Destino que tenha eventos de Geocaching	0,665		
	19. Destino com <i>Geotours</i>	0,640		
Dimensão 2: “Serviços de lazer e turismo”	4. Destino com alojamento diversificado	0,538	15,60%	0,83
	6. Destino com boa gastronomia	0,449		
	7. Destino com animação noturna atrativa	0,537		
	8. Destino com boas acessibilidades	0,707		
	9. Destino com diversidade de serviços (comércio, atrações, etc.)	0,732		
	10. Destino com preços baixos (baixo custo de vida)	0,643		
	11. Destino seguro	0,652		

Dimensão 3: “Ambiente natural e sociocultural”	1.	Destino com boas paisagens naturais	0,846	14,70%	0,808
	2.	Destino hospitaleiro	0,579		
	3.	Destino com um património histórico-cultural rico	0,751		
	5.	Destino com boa qualidade ambiental	0,760		
	20.	Destino com ambiente relaxante	0,511		
Dimensão 4: “Ambiente autêntico ou genuíno”	16.	Destino com baixa procura turística	0,706	12,80%	0,676
	17.	Destino que permita a proximidade com a comunidade local	0,605		
	21.	Destino com características para a prática de outras atividades físicas e desportivas	0,660		

^aMétodo de rotação: Varimax, com 60,1% da variância explicada, Sig. = 0,000 e KMO = 0,910.

5.6. Segmentação dos praticantes de Geocaching pelas suas motivações

A segmentação dos praticantes, efetuada através do método da Análise de *Cluster*, deu origem aos seguintes segmentos de praticantes: “Praticantes naturalistas patrimoniais”, “Praticantes socializadores”, “Praticantes solitários”, “Praticantes aventureiros” e “Praticantes culturais”. A denominação de cada segmento foi feita de acordo com as 5 dimensões das motivações e as 4 dimensões dos atributos de destino que cada segmento apresentou (Gráficos 27 e 28).

i) O primeiro segmento, com 73 praticantes (correspondentes a 11,9% do total), foi designado por “Praticantes naturalistas patrimoniais”. A designação atribuída advém deste grupo de praticantes dar maior importância à dimensão “Evasão” (para apreciar as paisagens, para a prática de exercício físico, para experimentar coisas novas e diferentes, para viver a natureza, para me sentir mais saudável, para estar próximo da natureza, para fugir ao quotidiano, para relaxar fisicamente, para ter uma experiência diferente e para experimentar novas emoções) e menor importância à dimensão “Sociabilidade” (para participar em atividades recreativas, para fazer algo com a minha família, para estar com pessoas que apreciem as mesmas coisas que eu, para partilhar as minhas capacidades e conhecimentos com outros, para estar com membros do meu grupo e para conhecer novas pessoas). No que respeita aos atributos de destino, a única dimensão valorizada por este grupo é o “Ambiente natural e sociocultural” (correspondente a destinos com boas paisagens naturais, hospitaleiro, com um património histórico-cultural rico, com boa qualidade ambiental e com ambiente relaxante). A dimensão dos atributos que este grupo menos aprecia é os “Geoatributos” (correspondente a destinos que permitam conhecer outros geocachers, com abundância de geocaches,

com diversidade de tipologia de geocaches, com geocaches com popularidade, que tenha eventos de Geocaching e com *Geotours*).

ii) O segundo segmento, com 64 praticantes (correspondentes a 10,4% do total), foi designado por “Praticantes socializadores”. A designação atribuída advém deste grupo de praticantes dar maior importância à dimensão “Sociabilidade” (para participar em atividades recreativas, para fazer algo com a minha família, para estar com pessoas que apreciem as mesmas coisas que eu, para partilhar as minhas capacidades e conhecimentos com outros, para estar com membros do meu grupo e para conhecer novas pessoas) e menor importância à motivação “Cultura/Conhecimento” (para aprender sobre a história natural da área e para aprender sobre a história cultural da área). No que respeita aos atributos de destino, a única dimensão a que o grupo dá valor é aos “Geoatributos” (correspondente a destinos que permitam conhecer outros geocachers, com abundância de geocaches, com diversidade de tipologia de geocaches, com geocaches com popularidade, que tenha eventos de Geocaching e com *Geotours*) e a dimensão menos apreciada é o “Ambiente natural e sociocultural” (correspondente a destinos com boas paisagens naturais, hospitaleiros, com um património histórico-cultural rico, com boa qualidade ambiental e com ambiente relaxante).

iii) O terceiro segmento, com 174 praticantes (correspondendo a 28,4% do total), foi designado por “Praticantes solitários”. A designação atribuída advém deste grupo de praticantes dar maior importância à dimensão “Independência/Autorrealização” (para ter um momento só meu, para pensar nos meus valores pessoais, para me afastar de outras pessoas, para estar comigo próprio, para ser criativo ao fazer algo como desenhar, pintar, tirar fotografias) e menor importância à dimensão “Desafio/Aventura” (para testar capacidades e/ou habilidades, para me por à prova e para a utilização do meu próprio equipamento). No que respeita aos atributos de destino, a dimensão a que o grupo dá maior valor é ao “Ambiente autêntico e genuíno” (correspondente a destinos com baixa procura turística, que permitam a proximidade com a comunidade local e com características para a prática de outras atividades físicas e desportivas). A única dimensão a que este grupo não aprecia é o “Ambiente natural e sociocultural” (correspondente a

destinos com boas paisagens naturais, hospitaleiros, com um património histórico-cultural rico, com boa qualidade ambiental e com ambiente relaxante).

iv) O quarto segmento, com 242 praticantes (correspondentes a 39,5% do total), foi designado por “Praticantes aventureiros”. A designação atribuída advém deste grupo de praticantes dar maior importância à dimensão “Desafio/Aventura” (para testar capacidades e/ou habilidades, para me por à prova e para a utilização do meu próprio equipamento) e menor importância à dimensão “Independência/Autorrealização” (para ter um momento só meu, para pensar nos meus valores pessoais, para me afastar de outras pessoas, para estar comigo próprio, para ser criativo ao fazer algo como desenhar, pintar, tirar fotografias). No que respeita aos atributos de destino, a dimensão a que o grupo dá maior valor é ao “Ambiente natural e sociocultural” (correspondente a destinos com boas paisagens naturais, hospitaleiros, com um património histórico-cultural rico, com boa qualidade ambiental e com ambiente relaxante). A única dimensão que este grupo não aprecia é o “Ambiente autêntico e genuíno” (correspondente a destinos com baixa procura turística, que permitam a proximidade com a comunidade local e com características para a prática de outras atividades físicas e desportivas)

v) O quinto segmento, com 60 praticantes (correspondentes a 9,8% do total), foi designado por “Praticantes culturais”. A designação atribuída advém deste grupo de praticantes dar maior importância à dimensão “Cultura/Conhecimento” (para aprender sobre a história natural da área e para aprender sobre a história cultural da área) e menor importância à motivação “Desafio/Aventura” (para testar capacidades e/ou habilidades, para me por à prova e Para a utilização do meu próprio equipamento). No que respeita aos atributos de destino, a única dimensão que o grupo valoriza é o “Ambiente natural e sociocultural” (correspondente a destinos com boas paisagens naturais, hospitaleiros, com um património histórico-cultural rico, com boa qualidade ambiental e com ambiente relaxante), e a dimensão que menos aprecia é o “Ambiente autêntico e genuíno” (correspondente a destinos com baixa procura turística, que permitam a proximidade com a comunidade local e com características para a prática de outras atividades físicas e desportivas).

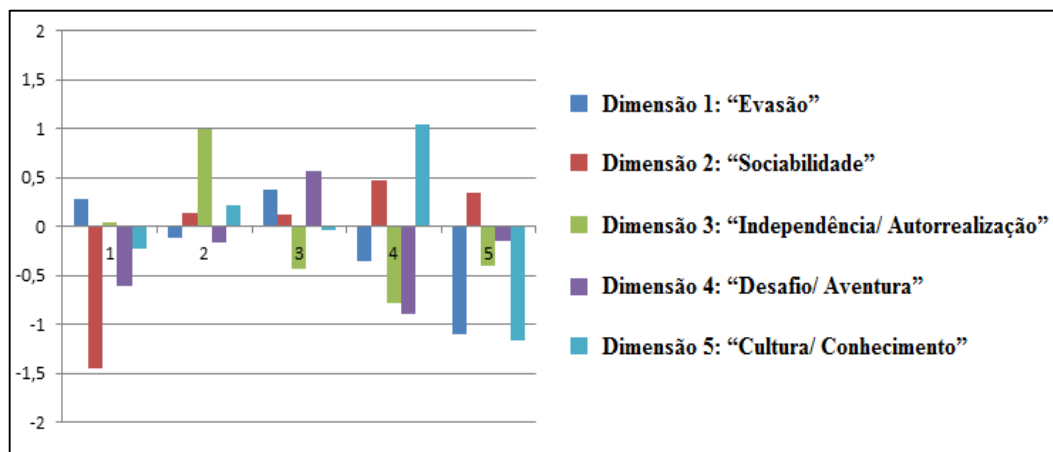


Gráfico 25 - Distribuição da média dos fatores da dimensão “motivações da prática de Geocaching” por cada um dos segmentos.

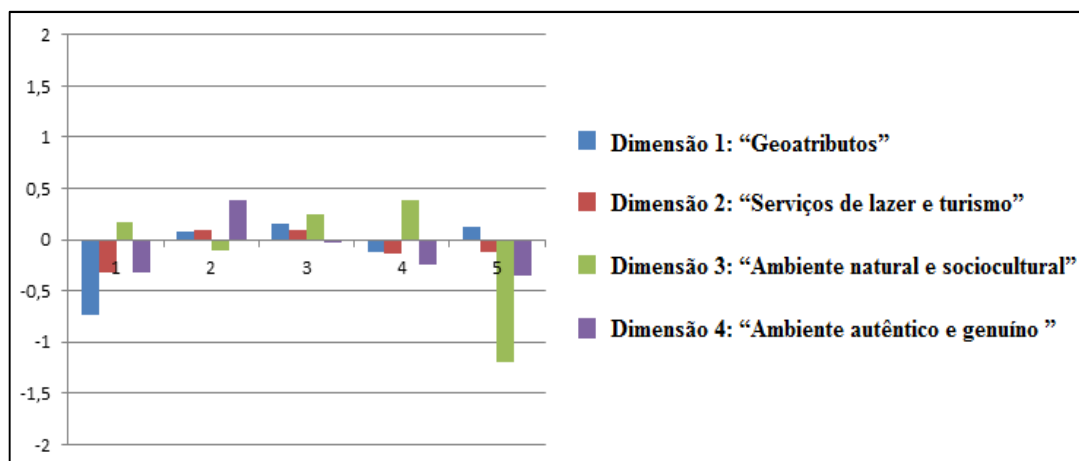


Gráfico 26 - Distribuição da média dos fatores da dimensão “atributos de destino” por cada um dos segmentos.

A caracterização dos segmentos dos praticantes de Geocaching foi efetuada segundo as características sociodemográficas (Tabela 16) e segundo as características da prática de Geocaching (Tabela 17) e dos comportamentos de viagem (Tabela 18) de cada um dos segmentos:

i) O primeiro segmento, “Praticantes naturalistas patrimoniais”. É um segmento composto maioritariamente por indivíduos do sexo masculino (71,2%), entre os 18 e os 30 anos (49,3), sendo, no entanto o segmento com maior percentagem de indivíduos entre os 44 e os 56 anos (12,3%). Por ser um grupo essencialmente jovem, é também o segundo com maior percentagem de estudantes (21,9%) e com nível instrução, ao nível do Ensino Superior (45,2%). Quanto ao grupo profissional, este segmento é maioritariamente composto por especialistas da

profissão intelectual ou científica (27,4%) e, apesar do rendimento líquido mensal deste segmento se encontrar entre os 751€ e os 1000€ (24,7%), é o segmento com maior percentagem de indivíduos com rendimentos líquidos mensais acima dos 5000€ (1,4%). No que respeita à prática de Geocaching, este é um grupo composto por indivíduos com experiência na atividade, existindo uma tendência para terem entre 5 a 9 anos de prática (26% e RAE = 2,2) e para terem realizado um número mais elevado de eventos, entre 76 e 100 eventos (2,6% e RAE=2,7). É o segmento que maior tendência tem para ter conhecido o Geocaching através dos canais de comunicação social (19,2% e RAE=2,2), praticam Geocaching tendencialmente sozinhos (24,7% e RAE=2,8) ou só com a/o companheiro/a (50,7% e RAE = 2,4) e, por isso, não fazem do Geocaching uma atividade de sociabilidade. Este segmento aprecia a natureza e vê nesta uma forma de experienciar coisas diferentes e ter novas emoções e por isso a sua principal motivação para o Geocaching é a Evasão. Valorizam o ambiente natural e sociocultural e, apesar da experiência que possuem, os geoatributos do destino não são o mais importante para eles, nem a prática de Geocaching em equipa (24,7%). Este segmento valoriza muito mais as características de destino ligadas ao património e à cultura, e é o grupo que menor predisposição apresenta para efetuar, no futuro, viagens com a principal intenção de praticar Geocaching (5,5% e RAE=2,1 apresenta-se muito pouco disposto e; 9,6% e RAE=2,8 apresenta-se pouco disposto).

ii) O segundo segmento, “Praticantes socializadores”, é essencialmente constituído por indivíduos do género masculino (57,8%), e com a maior percentagem de jovens dos 18 aos 31 anos de idade (75% e RAE = 3,8). Por isso é também o segmento com maior percentagem de indivíduos que apresentam habilitações ao nível do ensino secundário (46,9%), e com maior tendência para não possuírem rendimentos (18,8% e RAE=2,1). A grande maioria (92,2% e RAE=2,3) dos elementos deste segmento afirma ter conhecido o Geocaching através de amigos, colegas vizinhos ou familiares, e por ser um grupo que valoriza a sociabilidade como principal motivação para a prática de Geocaching, pratica essencialmente esta atividade em equipa (59,4%) ou com o/a companheiro/a (29,7%) e possui uma tendência para procurar com maior frequência Geocaches Mistério (4,7% RAE = 2,3), ou seja geocaches que proporcionam o trabalho em equipa. Este é um segmento

com tendência para possuir poucas geocaches de 1 a 250 (57,8% e RAE=2,1) e com maior percentagem e tendência para nunca terem efetuado viagem com atividade Geocaching (9,4% e RAE=2,4) e com baixa predisposição para o fazer (6,3% e RAE=2,4). No entanto, é o grupo que dá mais importância aos geoatributos do destino, como por exemplo, número de geocaches e variedade, possibilidade de realização de eventos ou com geocaches com popularidade.

iii) O terceiro segmento, “Praticantes solitários”, é composto maioritariamente por indivíduos do género masculino (72,4% e RAE=3,4), na sua grande maioria entre os 18 e os 43 anos (40,6% dos 18-30 anos e 39,7% dos 31-43 anos), e com nível de instrução ao nível do ensino secundário (43,7%). É o grupo com maior percentagem de trabalhadores por conta de outrem (62,6%) e pertencentes ao grupo profissional da área técnica ou profissional de nível intermédio (29,3%). Quanto aos rendimentos líquidos mensais deste grupo, rondam os 501€ e os 750€ (27%). Sendo um segmento que valoriza a independência e a autorrealização, possui maior tendência para praticar Geocaching sozinho (22,4% e RAE=3,9) e para, efetuar viagens de longa duração, com mais de 7 dias (7,2% e RAE=2,2). Este segmento procura essencialmente destinos autênticos e genuínos, com baixa procura turística, e que permitam a proximidade com a comunidade local, por ser um segmento que valoriza os seus valores pessoais e a criatividade.

iv) O quarto segmento, “Praticantes aventureiros”, é o grupo que apresenta a maior tendência para incluir indivíduos do género feminino (45% e RAE=2,8). É um grupo jovem, principalmente entre os 18 e os 30 anos (52,5%) e com nível de instrução ao nível do ensino secundário (40,9%) e ensino superior (39,3%). É também um grupo com grande percentagem de trabalhadores por conta de outrem (57%), e com a maior percentagem de indivíduos a pertencerem ao grupo profissional na área de técnico ou profissional de nível intermédio (29,8%) e com rendimentos líquidos mensais baixos entre os 501€ e os 750€ (24,4%). Este grupo tem como principal motivação para a prática de Geocaching o desafio e a aventura. É um segmento que procura testar as suas próprias capacidades e pôr-se à prova, possuindo também uma maior tendência para praticar Geocaching em equipa ou grupo informal de amigos e/ou familiares (57% RAE = 3,4). É também, por isso, o segundo segmento com maior percentagem de praticantes que conheceu o

Geocaching através de amigos, colegas vizinhos ou familiares (86,4% e RAE=2,3). No que respeita às motivações, este grupo move-se pela utilização do seu próprio equipamento, seja ele equipamento de Geocaching ou equipamento de outras atividades físicas e desportivas que podem ser praticadas em paralelo, pondo à prova as suas capacidades e/ou habilidades através desta atividade. Também como forma de por à prova as suas capacidades e/ou habilidades este é o segmento que apresenta maior percentagem de indivíduos que afirma procurar Geocaches Mistério com maior frequência, sendo este o tipo de geocache que mais proporciona aventuras. No que respeita aos atributos de destino, os elementos deste grupo valorizam destinos com boas paisagens, hospitaleiros, com património histórico-cultural rico e com boa qualidade ambiental, ou seja, destinos com ambiente natural e sociocultural. Caracterizam-se também por serem o segmento que mais valoriza os geoatributos como por exemplo, número e variedade de geocaches, possibilidade de realização de eventos ou com geocaches com popularidade, e também a maior predisposição para efetuar, no futuro, uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching (47,9% e RAE=3,9 apresenta-se totalmente disposto). Por ser um grupo jovem e aventureiro é o segmento que mais efetuou nos últimos 12 meses viagens de curta duração (69,2%).

v) O quinto segmento, “Praticantes culturais”, é o grupo mais equilibrado entre géneros (51,7% de homens e 48,3% de mulheres), com tendência para praticantes com mais de 56 anos de idade (5% e RAE=2,0), com uma grande percentagem de indivíduos com estudos ao nível do ensino superior (46,7%) e com uma maior tendência para incluir indivíduos com estudos pós-graduados (20% e RAE=2,3). É o segundo segmento com maior percentagem de trabalhadores por conta de outrem (58,3%), e com maior percentagem e maior tendência para incluir indivíduos pensionistas ou pessoas que auferem rendimentos de capital (5% e RAE=2,7). Quanto ao grupo profissional, existe uma tendência para exercerem a sua profissão na área de especialistas da profissão intelectual ou científica (35% RAE = 3,1). Quanto aos rendimentos, este é o segmento com maior percentagem de indivíduos que auferem rendimentos entre os 501€ e os 750€ (28,3%). No que respeita à prática de Geocaching este grupo pratica tendencialmente esta atividade com o/a companheiro/a (50% RAE =2,1) e possui maior tendência para procurar com

mais frequência geocaches ligadas ao conhecimento, como por exemplo as *Earthcaches* (3,3% e RAE=4,3) ligadas à geologia, e as Multi-caches (8,3%), normalmente sobre a história local. A principal razão que os leva a praticar Geocaching é a cultura e o conhecimento, pois procuram aprender sobre a história cultural e natural da área e também por isso procuram destinos com ambientes naturais e socioculturais, onde buscam o conhecimento. Este segmento tem também tendência para participar em muitos eventos, tendencialmente mais de 100 (5% e RAE=2,7) e para participar no Geocaching como *owners*, possuindo geocaches suas, tendencialmente de 251 a 500 geocaches (11,1% e RAE=2,3) e organizando um elevado número de eventos, tendencialmente mais de 100 (5,6% e RAE=2,1). As geocaches destes praticantes e os eventos que proporcionam poderão ser uma forma de transmitir os conhecimentos que têm ou que adquirem, através do Geocaching, a outros praticantes. Este segmento, nos últimos 12 meses, efetuou maioritariamente viagens de curta duração (54,7% efetuou viagens de 2 dias e 39,6% efetuou viagens de 3 a 7 dias).

Tabela 16 – Cruzamento das características sociodemográficas com cada segmento

Variáveis Sociodemográficas	Clusters					Total	Pearson chi-square
	1	2	3	4	5		
Género							18,898
Feminino (%)	28,8	42,2	27,6	45,0	48,3	38,2	
Masculino (%)	71,2	57,8	72,4	55,0	51,7	61,8	
Grupo etário							26,462
18-30 (%)	49,3	75,0	46,0	52,5	51,7	52,5	
31-43 (%)	38,4	21,9	39,7	39,7	33,3	37,0	
44-56 (%)	12,3	3,1	12,1	6,2	10,0	8,6	
>56 (%)	0,0	0,0	2,3	1,7	5,0	1,8	
Nível de instrução							17,068
Ensino Básico (%)	9,6	9,4	9,2	7,9	3,3	8,2	
Ensino Secundário (%)	30,1	46,9	43,7	40,9	30,0	40,0	
Ensino Superior (%)	45,2	35,9	40,2	39,3	46,7	40,6	
Ensino Pós-graduado (%)	15,1	7,8	6,9	12,0	20,0	11,3	
Condição e situação perante o trabalho							40,914
Trabalhador por conta de outrem (%)	54,8	51,6	62,6	57,0	58,3	57,9	
Trabalhador por conta própria ou isolado (%)	13,7	9,4	5,7	7,4	11,7	8,3	
Patrão empregador com, até 6 empregados (%)	4,1	0,0	1,1	1,7	1,7	1,6	
Patrão empregador com mais de 6 empregados (%)	0,0	0,0	0,6	0,8	0,0	0,5	
Pensionista ou pessoa que auferir rendimentos de capital (%)	0,0	1,6	1,7	0,4	5,0	1,3	
Desempregado (%)	5,5	14,1	5,7	9,1	6,7	8,0	
Doméstico (%)	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,2	
Estudante (%)	21,9	23,4	20,1	20,7	10,0	19,9	
Outra (%)	0,0	0,0	1,7	2,9	6,7	2,3	

profissão do elemento mais ativo do agregado familiar							40,786
Quadro superior da administração pública ou de empresas (%)	13,7	12,5	8,6	9,5	13,3	10,4	
Especialista da profissão intelectual ou científica (%)	27,4	9,4	19,0	16,9	35,0	19,7	
Técnico ou profissional de nível intermédio (%)	21,9	29,7	29,3	29,8	25,0	28,2	
Pessoal administrativo ou similar (%)	8,2	12,5	6,3	8,7	3,3	7,8	
Pessoal dos serviços ou vendedor (%)	6,8	14,1	12,1	12,4	10,0	11,6	
Agricultor ou trabalhador qualificado da agricultura e pescas (%)	4,1	0,0	0,6	3,3	0,0	2,0	
Operário, artífice ou trabalhador similar (%)	4,1	6,3	6,9	8,7	3,3	6,9	
Operador de instalações e maquinarias ou trabalhador da montagem (%)	2,7	4,7	5,7	2,9	5,0	4,1	
Trabalhador não qualificado (%)	5,5	4,7	4,6	3,3	1,7	3,9	
Membro das forças armadas (%)	5,5	6,3	6,9	4,5	3,3	5,4	
Rendimentos líquidos mensais							32,966
Sem rendimentos (%)	8,2	18,8	8,6	12,8	6,7	11,1	
< 500€ (%)	4,1	6,3	8,6	9,1	6,7	7,8	
501€ < 750€ (%)	21,9	21,9	27,0	24,4	28,3	25,0	
751€ < 1000€ (%)	24,7	20,3	13,8	21,5	18,3	19,2	
1001€ < 1500€ (%)	17,8	14,1	22,4	19,8	20,0	19,7	
1501€ < 2000€ (%)	6,8	6,3	6,9	3,7	5,0	5,4	
2001€ < 3000€ (%)	1,4	0,0	2,3	0,4	1,7	1,1	
3001€ < 5000€ (%)	1,4	1,6	2,3	0,4	1,7	1,3	
> 5000€ (%)	1,4	0,0	1,1	0,0	0,0	0,5	
NS/NR (%)	12,3	10,9	6,9	7,9	11,7	8,8	

Tabela 17 - Cruzamento das características da prática de Geocaching com cada segmento

Variáveis Caracterização da prática	Clusters					Total	Pearson chi-square
	1	2	3	4	5		
Anos de Prática de Geocaching							14,185
Menos de um ano (%)	6,8	7,8	11,5	10,3	5,0	9,5	
1 a 4 anos (%)	65,8	75,0	67,2	76,4	76,7	72,4	
5 a 9 anos (%)	26,0	17,2	19,5	12,8	16,7	17,1	
10 a 13 anos (%)	1,4	0,0	1,7	0,4	1,7	1,0	
Como conheceu a atividade							31,834
Por ter encontrado de forma ocasional uma geocache (%)	4,1	0,0	1,7	1,2	1,7	1,6	
Através dos canais de comunicação social (%)	19,2	7,8	13,2	7,4	16,7	11,4	
Através de canais especializados do setor (%)	2,7	0,0	3,4	1,7	0,0	2,0	
Através de amigos, colegas, vizinhos ou familiares (%)	65,8	92,2	79,9	86,4	78,3	81,9	
Outro (%)	8,2	0,0	1,7	3,3	3,3	3,1	
Nº de geocaches encontradas							25,019
Nenhuma (%)	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,2	
1 a 250 (%)	46,6	57,8	46,0	44,2	35,0	45,5	
251 a 500 (%)	17,8	23,4	14,9	17,8	26,7	18,4	
501 a 750 (%)	13,7	3,1	9,8	13,6	10,0	11,1	
751 a 1000 (%)	0,0	4,7	5,2	6,2	6,7	5,1	
Mais de 1000 (%)	21,9	10,9	24,1	17,8	21,7	19,7	
Nº de eventos participados							14,653
Nenhum (%)	35,6	39,1	32,8	36,4	30,0	34,9	
1 a 25 (%)	50,7	54,7	52,9	53,7	55,0	53,3	
26 a 50 (%)	8,2	4,7	9,2	5,8	6,7	7,0	
51 a 75 (%)	2,7	1,6	1,7	2,1	1,7	2,0	
76 a 100 (%)	2,7	0,0	1,7	1,2	1,7	1,5	
Mais de 100 (%)	0,0	0,0	1,7	0,8	5,0	1,3	

Participação como <i>owner</i>							5,493
Sim (%)	52,1	53,1	57,5	47,5	60,0	52,7	
Não (%)	47,9	46,9	42,5	52,5	40,0	47,3	
Nº de geocaches do <i>owner</i>							17,914
Nenhuma (%)	0,0	2,9	1,0	0,0	2,8	0,9	
1 a 250 (%)	89,5	94,1	89,0	94,8	80,6	90,7	
251 a 500 (%)	5,3	0,0	3,0	3,5	11,1	4,0	
501 a 750 (%)	2,6	2,9	2,0	0,9	2,8	1,9	
751 a 1000 (%)	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,3	
Mais de 1000 (%)	2,6	0,0	4,0	0,9	2,8	2,2	
Nº de eventos organizados pelo <i>owner</i>							19,401
Nenhum (%)	68,4	73,5	69,0	72,2	63,9	70,0	
1 a 25 (%)	23,7	23,5	25,0	24,3	25,0	24,5	
26 a 50 (%)	2,6	0,0	5,0	1,7	2,8	2,8	
51 a 75 (%)	0,0	0,0	1,0	0,9	2,8	0,9	
76 a 100 (%)	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	
Mais de 100 (%)	2,6	2,9	0,0	0,9	5,6	1,5	
Com quem pratica Geocaching							48,684
Sozinho (%)	24,7	10,9	22,4	7,0	6,7	13,9	
Companheiro/a (%)	50,7	29,7	33,3	36,0	50,0	37,7	
Em equipa (grupo informal de amigos, colegas ou familiares) (%)	24,7	59,4	44,3	57,0	43,3	48,5	
Geocache mais frequente							38,686
Tradicional (%)	97,3	93,8	93,1	91,3	85,0	92,2	
Multi-cache (%)	1,4	1,6	4,0	5,8	8,3	4,6	
Letterbox (%)	0,0	0,0	0,6	0,8	0,0	0,5	
Geocache mistério (%)	1,4	4,7	1,1	1,2	0,0	1,5	
Earthcache (%)	0,0	0,0	0,0	0,0	3,3	0,3	
Evento (%)	0,0	0,0	0,6	0,8	1,7	0,7	
Todas (%)	0,0	0,0	0,6	0,0	1,7	0,3	

Tabela 18 - Cruzamento das características dos comportamentos em viagem com cada segmento

Variáveis Comportamento em viagem	Clusters					Total	Pearson chi-square
	1	2	3	4	5		
Realização de viagens com atividade Geocaching							7,179
Sim, já fiz pelo menos uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching (%)	49,3	50	48,3	50,8	53,3	50,1	
Não, nunca fiz nenhuma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching mas pratico em viagens (%)	46,6	40,6	48,9	45,5	45	46	
Não, nunca fiz nenhuma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching, nem pratico Geocaching nas minhas viagens (%)	4,1	9,4	2,9	3,7	1,7	3,9	
Duração das viagens Geocaching (últimos 12 meses)							11,475
Pelo menos 2 dias (%)	67,2	68	68,4	69,2	54,7	67,2	
De 3 a 7 dias (%)	28,1	30	24,3	28,8	39,6	28,7	
Mais de 7 dias (%)	4,7	2	7,2	1,9	5,7	4,2	
Predisposição para efetuar uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching no futuro							52,105
Nada disposto (%)	4,1	3,1	1,1	1,7	1,7	2	
Muito pouco disposto (%)	5,5	6,3	1,7	0,4	1,7	2,1	
Pouco disposto (%)	9,6	6,3	2,9	2,9	0	3,8	
Nem pouco, nem muito disposto (%)	15,1	17,2	12,6	9,1	16,7	12,4	
Muito disposto (%)	23,3	25	25,3	15,3	23,3	20,9	
Extremamente disposto (%)	12,3	20,3	20,7	22,7	21,7	20,6	
Totalmente disposto (%)	30,1	21,9	35,6	47,9	35	38,3	

Ao efetuarmos a comparação dos resultados obtidos com outros estudos efetuados anteriormente, podemos concluir que os “Praticantes Aventureiros” poder-se-iam identificar com o segmento “Entusiastas rurais calmos”, referido por Kastenholz (2006), uma vez que classificam com média superior a 5,5 valores, correspondente a uma classificação de “Muito importante”, as características 1, 3, 5 e 20, e com média inferior a 5 valores as características 7 e 9. Tal como acontece com o grupo dos “Entusiastas rurais calmos”, também os geocachers revelam atribuir uma maior importância a características relacionadas com o contacto com a natureza, com a qualidade ambiental, com a riqueza do património histórico-cultural e com ambientes relaxantes e uma menor importância às características relacionadas com a animação noturna e com a diversidade de serviços.

6. CONCLUSÕES

6.1. Principais conclusões

Conhecer as motivações para a prática de Geocaching e os atributos de destino mais valorizados (fatores *pull*) e efetuar a segmentação dos praticantes pelas suas motivações para a prática, foram os objetivos deste trabalho de investigação. Neste estudo a revisão da literatura foi essencial para tomar conhecimento das temáticas que já haviam sido abordadas dentro do tema Geocaching. Os resultados para a análise foram alcançados através da aplicação de um inquérito por questionário, durante as duas últimas semanas de Junho e a primeira de Julho de 2014, num total de 613 respostas válidas, abrangendo geocachers nacionais. A análise dos resultados, através do programa IBM SPSS Statistics (versão 21), permitiu retirar algumas conclusões interessantes, sendo que este foi o primeiro estudo efetuado, que relacionou a prática de Geocaching com a atividade turística.

Os geocachers são essencialmente indivíduos entre os 18 e os 30 anos, com tendência a existirem mais homens do que mulheres. As mulheres que praticam esta atividade são, maioritariamente, jovens, dos 18 aos 30 anos, trabalhadoras ou estudantes e praticam este desporto acompanhadas, pelo seu companheiro ou por um grupo de amigos, colegas ou familiares. No que respeita aos homens são, na sua maioria, até aos 43 anos, essencialmente trabalhadores por conta de outrem, apesar de apresentarem também uma percentagem de estudantes semelhante à das mulheres. Quanto à companhia, para a prática desta atividade, apesar de, na maioria das vezes, praticarem esta atividade em grupo ou com a sua companheira, os homens não se importam de praticar Geocaching sozinhos, contrariamente ao que acontece com as mulheres.

Em Portugal, esta atividade iniciou-se em 2001, a atividade manteve-se pouco divulgada até 2006, passando a ser mais conhecida e com um maior crescimento no número de praticantes a partir de 2007, conclusão retirada também por Santos, Mendes, Rodrigues e Freire (2012). O facto da tradução da página do Geocaching se ter efetuado entre os anos de 2010 e 2012 e da massificação dos Smartphones ter ocorrido entre 2012 e 2013, também fez com que o número de praticantes, entre estes anos, aumentasse consideravelmente. Por este motivo existem geocachers mais experientes que outros e geocachers com maior número de geocaches que outros. Na participação em eventos, existe uma maior tendência para a participação por parte

dos homens e para a faixa etária entre os 44 aos 56 anos participar em mais eventos e para a faixa etária dos 18 aos 30 anos não participar em eventos. A prática de Geocaching realiza-se, para a maioria dos praticantes, entre 1 a 2 dias por semana a pelo menos uma vez por mês, durante todo o ano, considerando-se esta uma prática frequente.

O estudo permitiu concluir também que os geocachers portugueses procuram essencialmente e com maior frequência as geocaches tradicionais, numa prática que valoriza as características: “apreciar das paisagens”, “viver a natureza”, “experimentar coisas novas e diferentes” e “fugir ao quotidiano”. Sendo também extremamente importante para os geocachers portugueses sentirem-se saudáveis, aprender sobre a história natural e cultural da área, relaxar, ter novas experiências e sentir novas emoções e ainda estar com pessoas que também praticam a mesma atividade. Estas características permitem concluir que estes praticantes de Geocaching apreciam todo o tipo de cenários de jogo, desde ambientes relaxantes e saudáveis, na natureza, a cenários mais urbanos, onde é possível, através do Geocaching, aprender sobre a história cultural.

No que respeita à prática de Geocaching em viagem, o estudo conclui que quase a totalidade dos inquiridos pratica Geocaching nas suas viagens e que metade já efetuou viagens com a principal intenção de praticar Geocaching. No entanto, na grande maioria das vezes, a escolha do destino é efetuada de acordo com os interesses pessoais dos praticantes e interesses da viagem e não por aspetos relacionados com o Geocaching. Dos praticantes que já efetuaram viagens com atividade Geocaching são poucos os que não efetuaram viagens nos últimos 12 meses, sendo que a maioria efetuou de uma a 5 viagens de curta duração, existindo uma tendência para praticantes mais velhos terem efetuado mais viagens. Um dos aspetos de maior relevo neste estudo é que, mais de três quartos dos inquiridos demonstra estar entre muito e totalmente dispostos a efetuar uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching no futuro. Este estudo permitiu aprofundar o conhecimento sobre as práticas de Geocaching, principalmente em viagem. Seria de esperar e confirmou-se através da análise feita que os geocachers se enquadrassem no perfil de praticantes de Desportos de Natureza, sendo que esta é também uma atividade praticada ao ar livre, associada também ao estilo de vida saudável e que

exige igualmente capacidades específicas da prática, que, no caso do Geocaching passam pelo manuseamento do GPS e sentido de orientação. Este estudo permitiu também efetuar uma comparação com visitantes de Áreas Protegidas Portuguesas e destinos de interior, tendo-se encontrado também algumas características semelhantes, nomeadamente no que respeita ao nível de instrução e à condição e situação perante o trabalho.

Posteriormente, a redução das 26 motivações para prática de Geocaching permitiu-nos encontrar 5 dimensões associadas à prática desta atividade: “Evasão”, “Sociabilidade”, “Independência/Autorrealização”, “Desafio/Aventura” e “Cultura/Conhecimento” e a redução dos 21 atributos de destino permitiu-nos encontrar quatro dimensões correspondentes aos quatro fatores *pull*: “Geoatributos”, “Serviços de lazer e turismo”, “Ambiente natural e sociocultural” e “Ambiente autêntico e genuíno”.

A segmentação dos praticantes de Geocaching em função das motivações encontradas e o cruzamento dos segmentos obtidos com as restantes variáveis, incluindo os atributos de destino, permitiu conhecer as motivações de cada segmento para praticar Geocaching e as características de destino que cada um desses segmentos procura.

Os segmentos encontrados foram 5: os “Praticantes naturalistas patrimoniais”, os “Praticantes solitários”, os “Praticantes aventureiros”, os “Praticantes culturais” e os “Praticantes socializadores”. O cruzamento com as variáveis sociodemográficas, caracterização da prática de Geocaching e comportamento em viagem permitiu-nos caracterizar cada um dos segmentos. Sendo o primeiro segmento, “Praticantes naturalistas patrimoniais”, um segmento maioritariamente masculino e jovem, no entanto, por ser um segmento ligado ao ambiente sociocultural, também é o que possui maior percentagem de indivíduos entre os 44 e os 56 anos. Este é o segmento com maior percentagem de estudantes e destaca-se pelo elevado nível de instrução. No que respeita à prática de Geocaching, é um segmento essencialmente composto por indivíduos com experiência na atividade, existindo mesmo uma tendência para praticarem Geocaching desde que este chegou a Portugal. Os elementos deste segmento praticam Geocaching tendencialmente sozinhos ou só com a/o companheiro/a, não fazendo do jogo uma atividade de sociabilidade. É um segmento

que aprecia a natureza e gosta de ter novas experiências e por isso a sua motivação para o Geocaching é a evasão. Quanto aos destinos, valorizam destinos com ambiente natural e socioculturalmente ricos.

O segundo segmento, “Praticantes socializadores”, é um segmento essencialmente jovem, masculino, de nível de instrução não muito elevado e sem rendimentos. Caracteriza-se por ser um segmento motivado pela sociabilidade e, por isso, pratica esta atividade em equipa ou com o/a companheiro/a e procura principalmente geocaches que proporcionam o trabalho em equipa. No que respeita aos destinos, este é o segmento que dá mais importância aos geoatributos.

O terceiro segmento, “Praticantes solitários”, tem tendência para ser maioritariamente do género masculino, com praticantes de todas as faixas etárias e com nível de instrução não muito elevado. Sendo um segmento que valoriza a independência e a autorrealização, caracteriza-se por praticar Geocaching sozinho e efetuar viagens mais longas. Por valorizar os seus valores pessoais e a criatividade, este segmento viaja para destinos autênticos e genuínos, com baixa procura turística, e próximos da comunidade local.

O quarto segmento, “Praticantes aventureiros”, é o segmento com maior tendência para indivíduos do género feminino, no entanto é um segmento jovem e com níveis de instrução variados. Como o nome indica, as motivações deste segmento para a prática de Geocaching são o desafio e a aventura e por isso praticam maioritariamente Geocaching em equipa ou grupo informal de amigos e/ou familiares, tendem a utilizar o seu próprio equipamento e a por à prova as suas capacidades e/ou habilidades. No que respeita aos destinos, valorizam as boas paisagens, a hospitalidade, o património histórico-cultural e a boa qualidade ambiental, viajando essencialmente para destinos com ambiente natural e sociocultural. Outras das características que analisam nos destinos é o número e variedade de geocaches, a possibilidade de realização de eventos ou a existência de geocaches com popularidade, ou seja, os geoatributos.

O quinto segmento, “Praticantes culturais”, é o segmento mais equilibrado entre géneros, com tendência para praticantes mais velhos e com níveis de instrução elevados. Este segmento pratica principalmente esta atividade com o/a companheiro/a e caracteriza-se por procurar com maior frequência geocaches ligadas

ao conhecimento, normalmente sobre a história local ou sobre o meio natural, uma vez que praticam Geocaching como forma de aprender mais sobre a história cultural e natural dos destinos que procuram.

Respondendo à principal questão que deu origem a este estudo, “O Geocaching influencia na escolha de um destino?”, podemos concluir que o Geocaching pode influenciar na escolha de um destino, na medida em que os geocachers tendem a escolher os destinos, não só pelas características de destino, mas também de acordo com as suas motivações pessoais e motivações para a prática desta atividade. No que respeita à forma como o fazem, o conjunto de respostas dadas a essa questão é clara ao referir que 86,1% dos inquiridos, primeiramente, escolhe o seu destino de viagem, de acordo com os seus objetivos pessoais, e só depois efetua uma pesquisa das geocaches do destino, e que apenas 13,1% dos inquiridos escolhe o seu destino tendo por base os geoatributos do destino (12,2% escolhe com base em geocaches que pesquisou ou que lhe deram a conhecer; 0,3% escolhe com base em *Geotours* existentes no destino e; 0,6% escolhe com base em Geoeventos que estejam a decorrer nos destinos). Efetuando uma comparação entre este grupo de respostas e os segmentos encontrados poder-se-á inferir que, o segmento dos “Praticantes Sociabilizadores” poderá ser o único segmento em que a atividade Geocaching influencia, de forma direta, na escolha de um destino turístico, por ser este o segmento que mais valoriza os geoatributos do destino, sendo também um segmento que valoriza a sociabilidade e por isso, mais facilmente poder-se-á deslocar para conhecer outros geocachers, para participar em eventos ou para visitar geocaches e *Geotours* divulgadas pela comunidade. No entanto, apesar dos restantes segmentos não valorizarem os geoatributos como atributo principal de um destino, eles valorizam outras características da prática de Geocaching e atributos de destino que vão influenciar, de outras formas, a escolha de um destino. É evidente, nos restantes segmentos, uma tendência para a procura de destinos que satisfaçam as motivações para a prática da atividade no destino para onde se deslocam, como por exemplo, os “Praticantes aventureiros” que procuram destinos com ambientes naturais e socioculturais que satisfaçam os seus motivos da prática da atividade, que passam, por vivenciar aventuras e desafios e os “Praticantes culturais” que procuram também

ambiente naturais e socioculturais, mas que satisfaçam os seus motivos da prática da atividade, que passam, pela aquisição de conhecimentos através do Geocaching.

6.2. Limitações do estudo

A aplicação do questionário nas redes sociais permitiu, não só a obtenção de um grande número de respostas num menor espaço de tempo, como envolver geocachers de Portugal continental e ilhas. No entanto, considerando-se esta uma amostra não aleatória, os indivíduos que a compõem podem não ser representativos do universo de geocachers em Portugal. No que respeita ao tamanho, esta amostra apenas representa, aproximadamente, 1,7% dos geocachers em Portugal e no que respeita ao processo de recolha de dados, esta amostra restringiu-se apenas a geocachers frequentadores das redes sociais onde o questionário foi aplicado. Ainda assim, as comparações efetuadas com outros estudos, envolvendo atividades desportivo-recreativas em espaços naturais, nomeadamente, sobre praticantes de Desportos de Natureza, elaborado por Melo (2013) e sobre turistas que visitam Áreas Protegidas Portuguesas, elaborado por Marques, Reis e Menezes (2010), permitiram identificar semelhanças em relação às características sociodemográficas (género, grupo etário, nível de instrução, grupo profissional e rendimentos) e efetuar uma melhor caracterização da amostra recolhida.

6.3. Perspetivas futuras

Tendo em conta os estudos anteriormente efetuados sobre o Geocaching, este trabalho veio dar a conhecer novos aspetos dos praticantes de Geocaching, nomeadamente, no que respeita à caracterização sociodemográfica, à caracterização dos comportamentos em viagem e ao conhecimento das motivações e dos atributos de destino que movem estes praticantes. Conhecidas as motivações para a prática e os atributos de destino mais valorizados por este tipo de praticantes e viajantes, seria interessantes identificar possíveis benefícios desta atividade e potencialidades na promoção de um destino.

As sugestões deixadas para estudos futuros são:

- i) Identificar possíveis destinos propícios à prática de Geocaching no nosso país, de acordo com as características de destino valorizadas por cada segmento encontrado;
- ii) Identificar destinos Geocaching dentro de Portugal (destinos com muita atividade Geocaching, no que respeita ao número de geocaches, geocachers e registos) e conhecer a opinião dos geocachers portugueses e estrangeiros sobre esses destinos, no que respeita a regressar e/ou recomendar;
- iii) Efetuar uma melhor exploração do tema *Geotours* e saber a pré-disposição para visitar uma *Geotour* em Portugal, caso existisse;
- iv) Explorar diferentes aplicações deste estudo, nomeadamente, em trabalhos de divulgação de um destino, através de diferentes métodos de marketing.
- v) Identificar possíveis impactos, positivos ou negativos, que a atividade pode ter nos territórios.

7. GLOSSÁRIO

- ✓ Cache/geocache – nomes dados aos recipientes utilizados no jogo Geocaching
- ✓ DNF – sigla utilizada quando um jogador não encontra uma geocache com o significado “*Did Not Find*”
- ✓ *Flash Mobs* - são aglomerações inesperadas e momentâneas de pessoas num local pré-determinado para a realização de uma ação inusitada previamente combinada.
- ✓ Geocaching – jogo de caça ao tesouro
- ✓ *Geocoin* – moedas ou medalhas utilizadas no Geocaching, que servem para viajar e colecionar
- ✓ Geoeventos – encontro de geocachers
- ✓ *Geotour* – conjunto de geocaches organizadas e publicadas tendo por base um tema e utilizadas para dar a conhecer uma rota específica.
- ✓ GPS – Sistema de Posicionamento Global
- ✓ *Letterboxing* – jogo semelhante ao Geocaching e com o qual tem muitas semelhanças
- ✓ Logbook – livro ou bloco de notas utilizado no Geocaching para fazer o registo escrito ao encontrar uma geocache
- ✓ *Owner* – nome dado à pessoa que esconde geocaches no jogo Geocaching
- ✓ *Trackables* – conjunto de objetos (*geocoins* ou *travelbugs*) viajantes. São objetos que possuem um código e que são postos a viajar de geocache em geocache
- ✓ *Travelbug* – objetos utilizadas no Geocaching para viajar e colecionar

8. BIBLIOGRAFIA

- Agence Grain de Sel. (Maio de 2014). *Un territoire pour agir*. Obtido de Symptamm: <http://www.symptamm.fr/>
- Barbieri, C., & Sotomayor, S. (2013). Surf travel behavior and destination preferences: An application of the Serious Leisure Inventory and Measure. *Tourism Management*, 35, 111-121.
- Boulaire, C., & Hervet, G. (2012). New Itinerancy: the Potential of Geocaching for Tourism. *International Journal of Management Cases* (210-218). Ibiza, Spain: Access Press, United Kingdom.
- CGeo. (Maio de 2014). *Evolução Logs em Portugal*. Obtido de [cgeo.org](http://www.cgeo.org/): <http://www.geopt.org/index.php/history/evolucao-de-logs-em-portugal>
- Costa, C., & Steinmeier, G. (Abril de 2012). *A caça ao tesouro ao ar livre: Geocaching, uma oportunidade de lazer em espaços verdes*. Obtido de Arquitectos: <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/12.143/4332>
- Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 408-424.
- Cunha, L. (2009). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Doug, S. (15 de Junho de 2004). *Letterboxing*. Obtido de [letterboxing.info](http://www.letterboxing.info/): <http://www.letterboxing.info/articles/00000020.php>
- Farvardin, A., & Forehand, E. (2013). *Geocaching Motivations*. Worcester: Worcester Polytechnic Institute.
- Fernandes, J. (2012). Tecnologia, georreferenciação e novas territorialidades – o caso do geocaching. *Cadernos de Geografia*, 30/31, 171-180.
- Fernandes, J. (2013). Geocaching, Novas Práticas Espaciais e Potencial Modelação da Imagem dos Lugares. *Espaço & Geografia*, 16(1), 279-305.
- Geocacher Magazine. (Maio/Junho de 2008). In the Begining. *Geocacher Magazine*, 8, 9.
- Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 283-304.
- Groundspeak. (2014). *Geocaching*. Obtido de Geocaching: www.geocaching.com
- Ihamaki, P. (2012). Geocachers the Creative Tourism Experience. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 3(3), s.p.

- Ihamaki, P. (2013). Geocachers' creative experiences along coastal road in Finland. *Int. J. Leisure and Tourism Marketing*, 3(3), 282-299.
- Instituto Nacional de Estatística, I.P. (2011). *Censos 2011 – Resultados definitivos*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatística, I.P. (2013). *Rendimento médio mensal líquido (Série 2011 - €) da população empregada por conta de outrem por Local de residência (NUTS - 2002) e Profissão; Trimestral - INE, Inquérito ao Emprego*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Kastenholz, E. (2006). O Marketing de Destinos Turísticos – O seu significado e potencial, ilustrado para um Destino Rural. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 6, 31-44.
- Lemos, A. (2005). Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão. *XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (1-17). Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2005.
- Marôco, J. (2011). *Análise estatística com SPSS statistics*. Pêro Pinheiro: ReportNumber.
- Marques, C., Reis, E., & Menezes, J. (2010). Profiling the segments of visitors to Portuguese protected areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8), 971-996.
- Matherson, L., Wright, V., Inman, C., & Wilson, E. (Novembro de 2008). Get Up, Get Out with Geocaching: Engaging Technology for the Social Studies Classroom. *Social Studies Research and Practice*, 8(8), 80-85.
- Melo, R. (2013). *Desportos de Natureza e desenvolvimento local sustentável: Análise dos praticantes e das organizações promotoras dos desportos de natureza*. Coimbra: Universidade de Coimbra.
- Mendes, R., Rodrigues, T., & Rodrigues, A. (2013). Urban Geocaching: What happened in Lisbon during the last decade? *29th Urban Data Management Symposium* (7-12). London, United Kingdom: International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences, XL-4/W1.
- Município de Seia. (Maio de 2014). *Geocaching nas Aldeias de Montanha*. Obtido de Município de Seia: <http://www.cm-seia.pt/index.php/cultura/item/202-geocaching-nas-aldeias-de-montanha>

- O'Hara, K. (2008). Understanding Geocaching Practices and Motivations. *SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (1177-1186). Florence: ACM New York.
- Oliveira, R. (8 de Setembro de 2010). *Geocaching Tourism*. Obtido de Nichos Turísticos: <http://nichosturisticos.webnode.pt/>
- Paz, S., Ferreira, W., & Cugnasca, C. (Novembro de 1998). Sistema de Posicionamento Global (GPS) e o Turismo. *Turismo em Análise*, 24-46.
- Presidência do Conselho de Ministros. (2007). *Resolução do Conselho de Ministros n.º 53/2007*. Diário da República, 1(67), 2166-2174.
- Rádio Condestável. (Junho de 2014). *VILA DE REI - Município reforça rede de Geocaching*. Obtido de Rádio Condestável: <http://www.radiocondestavel.pt/index.php/noticias/9787->
- Reis, P. (2012). *Turismo de surf: segmentação pela motivação e escolha de um destino*. Leiria: Instituto Politécnico de Leiria, Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar.
- Richards, G. (2009). Turismo Cultural: Padrões e implicações. *Turismo Cultural: Estratégias, sustentabilidade e tendências*, 25-48.
- Richards, G.; Tourism Research and Marketing, Barcelona. (2009). Tourism development trajectories - From culture to creativity? *Asia-Pacific Creativity Forum on Culture and Tourism*. Republic of Korea.
- Sancho, A.; et al. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.
- Santos, T., Mendes, R., Rodrigues, A., & Freire, S. (2012). Treasure Hunting in the 21st century: A Decade of Geocaching in Portugal. *Proceedings of the 6th European Conference on Information Management and Evaluation* (273-281). Ireland: University College Cork, Ireland.
- Schneider, I., Silverberg, K., & Chavez, D. (2011). Geocachers: Benefits Sought and Environmental Attitudes. *LARNet*, 14(1), 1-11.
- Schudiske, E. (3 de Fevereiro de 2014). *The Geocaching Blog*. Obtido de Geocaching.com: <http://blog.geocaching.com/2014/02/your-next-geocaching-vacation-peru/>
- UNESCO. (2006). International Conference on Creative Tourism, Planning Meeting for 2008. *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism*. Santa Fe,

New Mexico, U.S.A.: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

Viana, J. (Janeiro/Março de 2011). A mobilidade como aventura na cidade: jogos baseados em geolocalização (gps) e apropriação urbana. *Movimento Porto Alevre*, 17(10), 237-251.

Wooddside, A., & Martin, D. (2008). *Tourism Management: Analysis, Behaviour and Strategy*. CABI.

9. ANEXOS

Anexo 1 - Questionário

QUESTIONÁRIO

O Geocaching e o Turismo

Este questionário encontra-se inserido numa dissertação no âmbito do curso de mestrado em Turismo de Interior e procura verificar a influência das práticas de Geocaching na escolha de um destino turístico. O questionário tem a duração aproximada de 10 minutos. Obrigada!

I - Caracterização Sociodemográfica

1. Género:

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

2. Idade: _____

3. Qual o nível de instrução mais elevado que concluiu até ao momento?

- ☐ 1. Ensino Básico (até 9º ano ou equivalente)
- ☐ 2. Ensino Secundário (do 10º ao 12º ano ou equivalente)
- ☐ 3. Ensino Superior (Bacharelato/Licenciatura)
- ☐ 4. Estudos pós-graduados (Mestrado ou Doutoramento)

4. Indique a sua condição e situação perante o trabalho

- ☐ 1. Trabalhador por conta de outrem
- ☐ 2. Trabalhador por conta própria ou isolado
- ☐ 3. Patrão empregador com, até 6 empregados
- ☐ 4. Patrão empregador com mais de 6 empregados
- ☐ 5. Pensionista ou pessoa que auferir rendimentos de capital
- ☐ 6. Desempregado
- ☐ 7. Doméstico
- ☐ 8. Estudante
- ☐ 9. Outra situação, qual?

5. Indique em qual dos seguintes grupos se insere/inseriu a sua profissão principal ou do elemento mais ativo do agregado familiar.

- ☐ 1. Quadro superior da administração pública ou de empresas
- ☐ 2. Especialista da profissão intelectual ou científica
- ☐ 3. Técnico ou profissional de nível intermédio
- ☐ 4. Pessoal administrativo ou similar
- ☐ 5. Pessoal dos serviços ou vendedor
- ☐ 6. Agricultor ou trabalhador qualificado da agricultura e pescas
- ☐ 7. Operário, artífice ou trabalhador similar

- ☐ 8. Operador de instalações e maquinarias ou trabalhador da montagem
- ☐ 9. Trabalhador não qualificado
- ☐ 10. Membro das forças armadas

6. Diga-nos em qual dos intervalos se situa, em média, o seu rendimento líquido mensal?

- ☐ 1. Sem rendimentos
- ☐ 2. Menos de 500€
- ☐ 3. Entre 501€ e 750€
- ☐ 4. Entre 751€ e 1000€
- ☐ 5. Entre 1001€ e 1500€
- ☐ 6. Entre 1501€ e 2000€
- ☐ 7. Entre 2001€ e 3000€
- ☐ 8. Entre 3001€ e 5000€
- ☐ 9. Mais de 5000€
- ☐ 10. Não sabe/Não responde

II – Caracterização da prática de Geocaching

7. Em que ano iniciou a prática de Geocaching? _____

8. Como teve conhecimento desta atividade?

- ☐ 1. Por ter encontrado de forma ocasional uma geocache
- ☐ 2. Através dos canais de comunicação social (por exemplo: TV, rádio, internet, etc.)
- ☐ 3. Através de canais especializados do setor (por exemplo: revista GEOMAGAZINE, *site* Geocaching.com, etc.)
- ☐ 4. Através de amigos, colegas, vizinhos ou familiares
- ☐ 5. Outra, qual? _____

9. Geocaches e Eventos

9.1. Quantas geocaches encontrou até ao momento? (caso não tenha as suas geocaches registadas diga o número aproximado de geocaches encontradas) _____

9.2. Em quantos Eventos (encontros de geocachers) participou até ao momento? (caso não tenha os seus eventos registados diga o número aproximado de eventos em que participou) _____

10. Também participa no Geocaching como owner (pessoa que esconde geocaches)?

- ☐ Sim
- ☐ Não (passe para Q12)

11. Geocaches e Eventos organizados:

11.1. Quantas geocaches suas tem registadas até ao momento em geocaching.com (incluindo arquivadas)? _____

11.2. Quantos Eventos (encontros de geocachers) já organizou até ao momento? _____

12. Como costuma praticar Geocaching?

- ☐ 1. Sozinho
- ☐ 2. Companheiro/a
- ☐ 3. Em equipa (grupo informal de amigos, colegas ou familiares)

13. Com que frequência pratica Geocaching?

- ☐ 1. Apenas nas férias e/ou fins de semana prolongados
- ☐ 2. Esporadicamente, sem frequência regular (por exemplo: uma vez por ano)
- ☐ 3. Pelo menos uma vez por mês
- ☐ 4. Entre 1 a 2 dias por semana
- ☐ 5. Entre 3 a 6 dias por semana
- ☐ 6. Todos os dias da semana

14. Indique o período do ano mais escolhido por si para a prática de Geocaching?

- ☐ 1. Primavera
- ☐ 2. Verão
- ☐ 3. Outono
- ☐ 4. Inverno
- ☐ 5. De forma indiferenciada

15. Tipo de geocaches

15.1. Dos tipos de geocaches apresentadas, selecione todas as que já realizou até ao momento.

- ☐ 1. Tradicional
- ☐ 2. Multi-cache
- ☐ 3. Letterbox
- ☐ 4. Geocache mistério
- ☐ 5. Earthcache
- ☐ 6. Wherigo
- ☐ 7. CITO
- ☐ 8. Evento
- ☐ 9. Outra, qual? _____

15.2. Qual dos seguintes tipos de geocaches realiza com maior frequência?

- ☐ 1. Tradicional
- ☐ 2. Multi-cache
- ☐ 3. Letterbox
- ☐ 4. Geocache mistério
- ☐ 5. Earthcache
- ☐ 6. Wherigo
- ☐ 7. CITO
- ☐ 8. Evento
- ☐ 9. Outra, qual? _____

16. Tendo por base as seguintes características da prática de Geocaching, classifique-as de acordo com o grau de importância que têm para si, considere 1-Nada importante ; 4-Nem pouco nem muito importante ; 7-Totalmente importante

1. Para apreciar a paisagem

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

2. Para a prática de exercício físico

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

3. Para experimentar coisas novas e diferentes

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

4. Para viver a natureza

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

5. Para testar as minhas capacidades e/ou habilidades

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

6. Para participar em atividades recreativas

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

7. Para me sentir mais saudável

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

8. Para estar próximo da natureza

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

9. Para me por à prova

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

10. Para aprender sobre a história natural da área

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

11. Para fugir ao quotidiano

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

12. Para a utilização do meu próprio equipamento

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

13. Para aprender sobre a história cultural da área

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

14. Para fazer algo com a minha família

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

15. Para relaxar fisicamente

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

16. Para ter uma experiência diferente

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

17. Para experimentar novas emoções

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

18. Para estar com pessoas que apreciem as mesmas coisas que eu

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

19. Para ter um momento só meu

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

20. Para partilhar as minhas capacidades e conhecimentos com outros

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

21. Para pensar nos meus valores pessoais

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

22. Para estar com membros do meu grupo

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

23. Para me afastar de outras pessoas

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

24. Para estar comigo próprio

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

25. Para ser criativo ao fazer algo como desenhar, pintar, tirar fotografias

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

26. Para conhecer novas pessoas

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

III – Comportamento em viagem Geocaching

17. Já alguma vez realizou uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching? (por exemplo para fazer geocaches referenciadas, para participar num Geoevento ou para fazer um Geotour, sendo que se considera uma viagem todas as deslocações para fora da zona de residência com duração de pelo menos dois dias)

- ☐ 1. Sim, já fiz pelo menos uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching.
- ☐ 2. Não, nunca fiz nenhuma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching, mas pratico Geocaching nas minhas viagens.
- ☐ 3. Não, nunca fiz nenhuma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching, nem pratico Geocaching nas minhas viagens (passe para a questão 21)

18. Quantas viagens com atividade Geocaching efetuou nos últimos 12 meses (de Julho de 2013 a Maio de 2014, incluindo viagens em que o Geocaching não foi o motivo principal)?

- ☐ 1. Não realizei nenhuma (passe para a questão 20)
- ☐ 1. 1 a 2 viagens
- ☐ 2. 3 a 5 viagens
- ☐ 3. 6 a 10 viagens
- ☐ 4. 11 a 20 viagens
- ☐ 5. Mais de 21 viagens

19. Qual a duração média (nº de dias) dessas viagens?

- ☐ 1. Pelo menos 2 dias
- ☐ 2. De 3 dias a 7 dias
- ☐ 3. Mais de 7 dias

20. Com base nas seguintes opções de planeamento de uma viagem com atividade Geocaching, escolha aquela que mais se adequa ao seu tipo de viagens com atividade Geocaching.

- ☐ 1. Faço a escolha do meu destino de acordo com os meus interesses/objetivos de viagem e depois faço uma pesquisa das geocaches existentes nesse destino
- ☐ 2. Faço a escolha do meu destino de acordo com geocaches de interesse que pesquisei e/ou que me deram a conhecer
- ☐ 3. Faço a escolha do destino através de Geotours já existentes em geocaching.com
- ☐ 4. Faço a escolha do meu destino com base em Geoeventos que estejam a decorrer
- ☐ 5. Outra, qual? _____

- 21. Qual a sua predisposição para fazer uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching no futuro? Considere 1-Nada disposto ; 4-Nem pouco nem muito disposto ; 7-Totalmente disposto**

1 2 3 4 5 6 7

Nada disposto ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente disposto

IV – Atributos do destino para a prática de Geocaching

- 22. Na escolha de um destino para a prática de Geocaching, classifique a importância que atribui a cada um dos seguintes atributos, considere 1-Nada importante ; 4-Nem pouco nem muito importante ; 7-Totalmente importante**

1. Destino com boas paisagens naturais

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

2. Destino hospitaleiro

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

3. Destino com um património histórico-cultural rico

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

4. Destino com alojamento diversificado

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

5. Destino com boa qualidade ambiental

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

6. Destino com boa gastronomia

1 2 3 4 5 6 7

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante

7. Destino com animação noturna atrativa

- 1 2 3 4 5 6 7
-
- Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante
-
8. Destino com boas acessibilidades
- 1 2 3 4 5 6 7
-
- Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante
-
9. Destino com diversidade de serviços (comércio, atrações, etc.)
- 1 2 3 4 5 6 7
-
- Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante
-
10. Destino com preços baixos (baixo custo de vida)
- 1 2 3 4 5 6 7
-
- Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante
-
11. Destino seguro
- 1 2 3 4 5 6 7
-
- Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante
-
12. Destino que permita conhecer outros geocachers
- 1 2 3 4 5 6 7
-
- Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante
-
13. Destino com abundância de geocaches
- 1 2 3 4 5 6 7
-
- Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante
-
14. Destino com diversidade de tipologia de geocaches
- 1 2 3 4 5 6 7
-
- Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante
-
15. Destinos com geocaches com popularidade
- 1 2 3 4 5 6 7
-
- Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante
-
16. Destino com baixa procura turística
- 1 2 3 4 5 6 7
-
- Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente importante
-
17. Destino que permita a proximidade com a comunidade local

	1	2	3	4	5	6	7	
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Nada importante Totalmente importante
18. Destino que tenha eventos de Geocaching								
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Nada importante Totalmente importante
19. Destino com Geotours								
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Nada importante Totalmente importante
20. Destino com ambiente relaxante								
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Nada importante Totalmente importante
21. Destino com características para a prática de outras atividades físicas e desportivas								
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Nada importante Totalmente importante

Anexo 2 - Tabela de referências

QUESTIONÁRIO**O GEOCACHING E O TURISMO**

Questão	Respostas	Variável	Escala	Referência
I - Caracterização Sociodemográfica				
1. Género	1. Masculino 2. Feminino	Qualitativa	Escala nominal	INE
2. Idade		Quantitativa	Escala numérica	INE
3. Qual o nível de instrução mais elevado que concluiu até ao momento?	1. Ensino Básico (até 9º ano ou equivalente) 2. Ensino Secundário (do 10º ao 12º ano ou equivalente) 3. Ensino Superior (Bacharelato/Licenciatura) 4. Estudos pós-graduados (Mestrado ou Doutoramento)	Qualitativa	Escala nominal	INE
4. Indique a sua condição e situação perante o trabalho	1. Trabalhador por conta de outrem 2. Trabalhador por conta própria ou isolado 3. Patrão empregador com, até 6 empregados 4. Patrão empregador com mais de 6 empregados 5. Pensionista ou pessoa que auferir rendimentos de capital 6. Desempregado 7. Doméstico 8. Estudante 9. Outra situação, qual?	Qualitativa	Escala nominal	INE

5. Indique em qual dos seguintes grupos se insere/inseriu a sua profissão principal ou do elemento mais ativo do agregado familiar	1. Quadro superior da administração pública ou de empresas 2. Especialista da profissão intelectual ou científica 3. Técnico ou profissional de nível intermédio 4. Pessoal administrativo ou similar 5. Pessoal dos serviços ou vendedor 6. Agricultor ou trabalhador qualificado da agricultura e pescas 7. Operário, artífice ou trabalhador similar 8. Operador de instalações e maquinarias ou trabalhador da montagem 9. Trabalhador não qualificado 10. Membro das forças armadas	Qualitativa	Escala nominal	INE
6. Diga-nos em qual dos intervalos se situa, em média, o seu rendimento líquido mensal?	1. Sem rendimentos 2. Menos de 500€ 3. Entre 501 e 750€ 4. Entre 751 e 1000€ 5. Entre 1001 e 1500€ 6. Entre 1501 e 2000€ 7. Entre 2001 e 3000€ 8. Entre 3001 e 5000€ 9. Mais de 5000€ 10. Não sabe/Não responde	Qualitativa	Escala nominal	INE

II – Caracterização da prática de Geocaching				
7. Em que ano iniciou a prática de Geocaching?	Opções de 2000 a 2013	Quantitativa	Escala numérica	---
8. Como teve conhecimento desta atividade?	1. Por ter encontrado de forma ocasional uma geocache 2. Através dos canais de comunicação social (por exemplo: TV, rádio, internet, etc.) 3. Através de canais especializados do setor (por exemplo: revista GEOMAGAZINE, <i>site</i> Geocaching.com, etc.) 4. Através de amigos, colegas, vizinhos ou familiares 5. Outra, qual?	Qualitativa	Escala nominal	---
9. Geocaches e Eventos 9.1. Quantas geocaches encontrou até ao momento? (caso não tenha as suas geocaches registadas diga o número aproximado de geocaches encontradas) _____		Quantitativa	Escala numérica	---
9.2. Em quantos Eventos (encontros de geocachers) participou até ao momento? (caso não tenha os seus eventos registados diga o número aproximado de eventos em que participou) _____		Quantitativa	Escala numérica	---

10. Também participa no Geocaching como owner (pessoa que esconde geocaches)?	1. Sim 2. Não	Qualitativa	Escala nominal	---
11. Geocaches e Eventos organizados: 11.1. Quantas geocaches suas tem registadas até ao momento em geocaching.com (incluindo arquivadas)? _____		Quantitativa	Escala numérica	---
11.2. Quantos Eventos (encontros de geocachers) já organizou até ao momento? _____		Quantitativa	Escala numérica	---
12. Como costuma praticar Geocaching? (opção mais frequente)	1. Sozinho 2. Companheiro/a 3. Em equipa (grupo informal de amigos, colegas ou familiares)	Qualitativa	Escala nominal	---
13. Com que frequência pratica Geocaching?	1. Apenas nas férias e fins de semana prolongados 2. Esporadicamente, sem frequência regular (por exemplo: uma vez por ano) 3. Pelo menos uma vez por mês 4. Entre 1 a 2 dias por semana 5. Entre 3 a 6 dias por semana 6. Todos os dias da semana	Qualitativa	Escala nominal	---

14. Indique o período do ano mais escolhido por si para a prática de Geocaching?	1. Primavera 2. Verão 3. Outono 4. Inverno 5. De forma indiferenciada	Qualitativa	Escala nominal	---
15. Tipo de geocaches 15.1. Dos tipos de geocaches apresentadas, selecione todas as que já realizou até ao momento.	1. Tradicional 2. Multi-cache 3. Letterbox 4. Geocache mistério 5. Earthcache 6. Wherigo 7. CITO 8. Evento 9. Outra, qual?	Qualitativa	Escala nominal	Tipologia com referência em Groundspeak (2014)
15.2. Qual dos seguintes tipos de geocaches realiza com maior frequência?	1. Tradicional 2. Multi-cache 3. Letterbox 4. Geocache mistério 5. Earthcache 6. Wherigo 7. CITO 8. Evento 9. Outra, qual?	Qualitativa	Escala nominal	Tipologia com referência em Groundspeak (2014)

16. Tendo por base as seguintes características da prática de Geocaching, classifique-as de acordo com o grau de importância que têm para si, considere 1-Nada importante ; 4-Nem pouco nem muito importante ; 7-Totalmente importante	1. Para apreciar a paisagem 2. Para a prática de exercício físico 3. Para experimentar coisas novas e diferentes 4. Para viver a natureza 5. Para testar as minhas capacidades e/ou habilidades 6. Para participar em atividades recreativas 7. Para me sentir mais saudável 8. Para estar próximo da natureza 9. Para me por à prova 10. Para aprender sobre a história natural da área 11. Para fugir ao quotidiano 12. Para a utilização do meu próprio equipamento 13. Para aprender sobre a história cultural da área 14. Para fazer algo com a minha família 15. Para relaxar fisicamente 16. Para ter uma experiência diferente 17. Para experimentar novas emoções 18. Para estar com pessoas que apreciem as mesmas coisas que eu 19. Para ter um momento só meu 20. Para partilhar as minhas capacidades e conhecimentos com outros 21. Para pensar nos meus valores pessoais 22. Para estar com membros do meu grupo 23. Para me afastar de outras pessoas 24. Para estar comigo próprio 25. Para ser criativo ao fazer algo como desenhar, pintar, tirar fotografias 26. Para conhecer novas pessoas	Qualitativa	Escala de Likert 1. Nada importante 2. Muito pouco importante 3. Pouco importante 4. Nem pouco nem muito importante 5. Muito importante 6. Extremamente importante 7. Totalmente importante	Tabela 2 do artigo Geocachers: “<i>Benefits Sought and Environmental Attitudes</i>” de Schneider, Silverberg e Chavez (2011)
--	---	--------------------	--	---

III – Comportamento em viagem Geocaching				
17. Já alguma vez realizou uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching? (por exemplo para fazer geocaches referenciadas, para participar num Geoevento ou para fazer um Geotour, sendo que se considera uma viagem todas as deslocações para fora da zona de residência com duração de pelo menos dois dias)	1. Sim, já fiz pelo menos uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching. 2. Não, nunca fiz nenhuma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching, mas pratico Geocaching nas minhas viagens 3. Não, nunca fiz nenhuma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching, nem pratico Geocaching nas minhas viagens	Qualitativa	Escala nominal	Tabela 4 do artigo “ <i>Surf travel behavior and destination preferences: An application of the Serious Leisure Inventory and Measure</i> ” de Barbieri e Sotomayor (2013)
18. Quantas viagens com atividade Geocaching efetuou nos últimos 12 meses (de Julho de 2013 a Maio de 2014, incluindo viagens em que o Geocaching não foi o motivo principal)?	1. Não realizei nenhuma 2. 1 a 2 viagens 3. 3 a 5 viagens 4. 6 a 10 viagens 5. 11 a 20 viagens 6. Mais de 21 viagens	Qualitativa	Escala nominal	
19. Qual a duração média (nº de dias) dessas viagens?	1. Pelo menos 2 dias 2. De 3 dias a 7 dias 3. Mais de 7 dias	Qualitativa	Escala nominal	

20. Com base nas seguintes opções de planeamento de uma viagem com atividade Geocaching, escolha aquela que mais se adequa ao seu tipo de viagens com atividade Geocaching.	1. Faço a escolha do meu destino de acordo com os meus interesses/objetivos de viagem e depois faço uma pesquisa das geocaches existentes nesse destino 2. Faço a escolha do meu destino de acordo com geocaches de interesse que pesquisei e/ou que me deram a conhecer 3. Faço a escolha do destino através de Geotours já existentes em geocaching.com 4. Faço a escolha do meu destino com base em Geoeventos que estejam a decorrer 5. Outra, qual?	Qualitativa	Escala nominal	---
21. Qual a sua predisposição para fazer uma viagem com a principal intenção de praticar Geocaching no futuro? Considere 1-Nada disposto; 4-Nem pouco nem muito disposto; 7-Totalmente disposto	---	Qualitativa	Escala de Likert 1. Nada disposto 2. Muito pouco disposto 3. Pouco disposto 4. Nem pouco nem muito disposto 5. Muito disposto 6. Extremamente disposto 7. Totalmente disposto	Tabela 4 do artigo “<i>Surf travel behavior and destination preferences: An application of the Serious Leisure Inventory and Measure</i>” de Barbieri e Sotomayor (2013)

IV – Tipos de destino				
22. Na escolha de um destino para a prática de Geocaching, classifique a importância que atribui a cada um dos seguintes atributos, considere 1-Nada importante ; 4-Nem pouco nem muito importante ; 7- Totalmente importante	1. Destino com boas paisagens naturais 2. Destino hospitaleiro 3. Destino com um património histórico-cultural rico 4. Destino com alojamento diversificado 5. Destino com boa qualidade ambiental 6. Destino com boa gastronomia 7. Destino com animação noturna atrativa 8. Destino com boas acessibilidades 9. Destino com diversidade de serviços (comércio, atrações, etc.) 10. Destino com preços baixos (baixo custo de vida) 11. Destino seguro 12. Destino que permita conhecer outros geocachers 13. Destino com abundância de geocaches 14. Destino com diversidade de tipologia de geocaches 15. Destinos com geocaches com popularidade 16. Destino com baixa procura turística 17. Destino que permita a proximidade com a comunidade local 18. Destino que tenha eventos de Geocaching 19. Destino com Geotours 20. Destino com ambiente relaxante 21. Destino com características para a prática de outras atividades físicas e desportivas	Qualitativa	Escala de Likert 1. Nada importante 2. Muito pouco importante 3. Pouco importante 4. Nem pouco nem muito importante 5. Muito importante 6. Extremamente importante 7. Totalmente importante	Tabela 4.3 do artigo “<i>Turismo de surf: segmentação pela motivação e escolha de um destino</i>” de Reis (2012) e Tabela 5 do artigo “<i>Surf travel behavior and destination preferences: An application of the Serious Leisure Inventory and Measure</i>” de Barbieri e Sotomayor (2013)

Anexo 3 – Páginas utilizadas na divulgação do questionário

Fórum do geopt.org:

<http://www.geopt.org/index.php/board/viewtopic.php?f=47&t=8517&p=190152&hilit=geocaching+e+turismo#p190152>

Páginas de Facebook:

Geocaching nos Açores - <https://www.facebook.com/groups/Geocachingacores/>

Geocaching Águeda - <https://www.facebook.com/groups/233161040140848/>

Geocaching Albufeira - <https://www.facebook.com/groups/626815497348351/>

Geocaching Alentejo - <https://www.facebook.com/GeoAlentejo>

Geocaching ALGARVE - <https://www.facebook.com/groups/169257279785913/>

Algarve Geocachers - <https://www.facebook.com/groups/609534135805984>

GeoAlgarvio - <https://www.facebook.com/groups/771169842901065/>

Geocachers Amadora/Queluz - <https://www.facebook.com/groups/1403381156607273/>

Geocaching@Arouca - <https://www.facebook.com/groups/geocachingarouca/>

Geocaching Aveiro - <https://www.facebook.com/geocaching.aveiro>

Grupo Geocaching Aveiro - <https://www.facebook.com/groups/geocachingaveiro/>

Geocaching Bairrada - <https://www.facebook.com/groups/432885770109421/>

Geocaching Barcelos - <https://www.facebook.com/groups/383561018427253/>

Geocaching Beira Serra - <https://www.facebook.com/groups/475038645882089/>

Geocaching Braga - <https://www.facebook.com/groups/geobraga/>

Geocaching-Calheta - <https://www.facebook.com/groups/397585260270273/>

Geocaching Castelo Branco - <https://www.facebook.com/groups/geocastelobranco/>

Geocachers de Castelo Branco - <https://www.facebook.com/groups/242583035779694/>

Geocaching Coimbra - <https://www.facebook.com/groups/373206426057035/>

Geocaching, Entre o Minho e o Douro - <https://www.facebook.com/groups/191178184371839/>

Geocaching@Esposende - <https://www.facebook.com/groups/305859449542748/>

Geocaching-FAFE - <https://www.facebook.com/groups/183304701790669/>

Geocaching Famalicão - <https://www.facebook.com/groups/247842482053404/>

Geocaching em Fátima - <https://www.facebook.com/groups/371720142850953/>

Geocaching - Figueira da Foz - <https://www.facebook.com/groups/372103819469493/>

Geocachers de Gaia !!! - <https://www.facebook.com/groups/302606616465674/>

Geocaching Guarda - <https://www.facebook.com/groups/291316141003201/>

Geocaching@Madeira - <https://www.facebook.com/groups/GeoMadeira/>

Geocaching @ Porto Santo - <https://www.facebook.com/groups/230260637126268/>
Geo cacher Porto Moniz - <https://www.facebook.com/groups/516607845033308/>
Geocaching - Ilha Faial - <https://www.facebook.com/groups/614570105284371/>
Geocaching em Santa Maria - <https://www.facebook.com/groups/1415752285354064/>
Geocaching - Ilha Terceira - <https://www.facebook.com/groups/geoterceira/>
Geo Invicta - <https://www.facebook.com/groups/geoinvicta/>
Geocaching Leiria - <https://www.facebook.com/groups/geocaching.leiria/>
Geocaching Leiria Livre - <https://www.facebook.com/groups/428531750518823/>
Geocaching por Lisboa - <https://www.facebook.com/groups/116952658373562/>
GeoPriapo do Litoral - <https://www.facebook.com/groups/323737531050577/>
Geocaching Lourinhã - <https://www.facebook.com/groups/geolourinha/>
Geocaching Margem Sul - <https://www.facebook.com/groups/GeocachingMargemSul/>
GEOCACHING DO NORTE - <https://www.facebook.com/groups/203716459690607/>
Geocaching Nortenho - <https://www.facebook.com/groups/229336653820193/>
Geocaching Oeste - <https://www.facebook.com/groups/124942317580164/>
Geocaching - Oliveira do Hospital - <https://www.facebook.com/pages/Geocaching-Oliveira-do-Hospital/128404664033155>
Geocaching Ourém - <https://www.facebook.com/groups/geocachingourem/>
Geocaching em Peniche - <https://www.facebook.com/GeocachingPeniche>
Geocaching Ponte de Lima - <https://www.facebook.com/groups/461176207279031/>
Geocachers do Porto - <https://www.facebook.com/groups/252718094758964/>
Georibatejo - <https://www.facebook.com/groups/georibatejo/>
Geocaching Rio Maior - <https://www.facebook.com/GeocachingRioMaior>
Geocachers Serra da Estrela - <https://www.facebook.com/groups/503188923054396/>
Geocaching Setúbal - <https://www.facebook.com/groups/271959792984485/>
Geocachers de Sintra e não só! - <https://www.facebook.com/groups/131133080366986/>
Geocaching:Trás-os-Montes e Alto Douro - <https://www.facebook.com/groups/140243922815089/>
Geocaching@Viana do Castelo - <https://www.facebook.com/groups/226696974159700/>
Geocaching:Vila Real - <https://www.facebook.com/groups/565760576775290/>
Grupo geocaching Vila Velha de Rodão - <https://www.facebook.com/groups/449269985146328/>
Geocaching Viseu - <https://www.facebook.com/groups/266191023468514/>