

Universidade de Lisboa
Instituto de Geografia e Ordenamento do Território



O contributo das companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto

Jorge Manuel de Oliveira Flor Abrantes

Orientadores: Professor Doutor José Sancho de Sousa e Silva
Professor Doutor Nuno Manuel Sessarego Marques da Costa

Tese especialmente elaborada para a obtenção do grau de doutor no ramo de Turismo
(especialidade em Gestão de Destinos e Produtos Turísticos)

2016

Universidade de Lisboa
Instituto de Geografia e Ordenamento do Território



O contributo das companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto

Jorge Manuel de Oliveira Flor Abrantes

Orientadores: Professor Doutor José Sancho de Sousa e Silva
Professor Doutor Nuno Manuel Sessarego Marques da Costa

Tese especialmente elaborada para a obtenção do grau de doutor no ramo de Turismo
(especialidade em Gestão de Destinos e Produtos Turísticos)

Júri

Presidente: Professora Doutora Maria Lucinda Cruz dos Santos Fonseca

Vogais: Professor Doutor Carlos Manuel Martins da Costa
Professor Doutor Francisco Teixeira Pinto Dias
Professor Doutor José Sancho de Sousa e Silva
Professor Doutor José Manuel Henriques Simões
Professor Doutor Nuno Manuel Sessarego Marques da Costa
Professor Doutor Carlos Manuel Baptista Cardoso Ferreira

2016

Aos familiares e amigos que já partiram.

Aos outros, vamo-nos vendo por aí

Agradecimentos

Gostaria, antes de mais, de agradecer a todos aqueles que, de forma direta ou indireta, contribuíram para a concretização deste audacioso, mas muito gratificante, desafio académico. Sei que me esquecerei de muitos neste meu sentido tributo.

Um agradecimento particular aos Professores Doutores Sancho Silva da ESHTe e Nuno Costa do IGOT pelo apoio e incentivo à realização desta investigação. A orientação, as recomendações, as notas e reparos e os alertas foram essenciais para levar a bom porto a realização desta investigação. Espero ter estado à altura das vossas expectativas.

Um agradecimento também aos diferentes professores, quer do IGOT, quer da ESHTe, que ao longo das várias sessões de acompanhamento ajudaram a melhorar e a fortalecer esta investigação. Nem sempre estivemos de acordo mas, da discussão construtiva de diferentes pontos de vista e abordagens, surgiram novas preocupações que se materializaram num trabalho mais coeso e, assim espero, mais válido.

Um abraço especial ao Luís Ovídio pelo apoio incondicional para que levasse a bom porto esta missão. Desde os tempos da *White Airways* até aos mais recentes, tem sido sempre importante ouvir uma voz incentivadora e moralizadora para que este trabalho fosse conseguido. Para ti, *my friend*, estamos na luta!

A todos os *hostels* participantes da amostra, um agradecimento muito especial pela disponibilidade e abertura. Sem o vosso apoio este trabalho não existiria. Sei que fui um “chato” e uma verdadeira “carraça” e que muitos de vocês já não me podiam “aturar”, mas só assim poderia lutar para que este trabalho se tornasse realidade e que os resultados obtidos fossem suficientemente robustos para não colocarem em causa a qualidade que se pretendia atingir.

Um agradecimento ao *hostel* que me mostrou novas realidades e novas formas de turismo: o turismo facial (“não fui logo com a tua cara”) e o turismo sovado (“tás a precisar é de levar”). Felizmente que todos os clientes deste *hostel* têm bom ar. Até para, a bem do turismo, não “terem de levar” ...

Um agradecimento também a todos os turistas (e foram muitos) que, de forma anónima, responderam aos questionários desta investigação. Com tantos motivos de interesse nas cidades de Lisboa e Porto, dedicar tempo ao preenchimento de um questionário, longo e chato, de alguém que nunca viram na vida e que dificilmente vão ver, é digno de referência e da expressão do meu agradecimento e admiração. Apesar de já ter agradecido pessoalmente aos que deixaram o seu *e-mail*, reafirmo o meu profundo reconhecimento a todos, sem exceção.

Uma palavra de apreço aos participantes do painel de especialistas e, em particular, à autorização dada, mesmo que alguns de forma tácita, para poder anexar os vossos depoimentos à investigação. A informação coligida constitui uma mais-valia inestimável à investigação, com um valor histórico que urge enfatizar e com perspectivas de abertura de novas portas a futuros trabalhos.

Ao amigo José Quintino, o meu agradecimento pelas muitas horas passadas juntos. Não esqueço a lista de hotéis numa mão e o telefone noutra, “abrindo-me portas” para que as respostas ao questionário, junto da hotelaria, tivessem a adesão que tiveram. Também à Helena Umbelino e à Fátima Alonso devo igual agradecimento pela atualização de alguns contactos, dada a volatilidade do próprio mercado. Um obrigado a todos os hoteleiros que ajudaram a que os resultados apurados tivessem materialidade e robustez científica pelo número de respostas em cada uma das categorias e em ambas as cidades.

Um obrigado ao Professor Doutor João Reis da ESHTe pelo excelente apoio na montagem dos mapas com a localização dos *hostels* e que ajudaram – e muito – a valorizar esta investigação. Muito mais quando sabia que outros desafios profissionais lhe eram colocados em paralelo com o pouco tempo que tinha disponível.

Um agradecimento à Professora Marta Castel-Branco da ESHTe pelo apoio na sistematização e planeamento dos questionários, que muito facilitaram o seu tratamento futuro em *SPSS*, assim como, ao Professor Ricardo Ferreira do ISCE pelo apoio na tutoria, na formação, no tratamento de dados, na interpretação e na monitorização das principais conclusões dos resultados obtidos.

Ao Manuel Norte e ao António Valadares da ANA, pela informação cedida sobre o tráfego nos aeroportos de Lisboa e Porto e que, sem a qual, este trabalho estaria muito mais pobre e condicionado. Pena as limitações agora impostas pela ANA à

diponibilização da informação, que nada têm a ver com a amizade e respeito que mantenho com ambos. Um abraço igualmente sentido ao Eng. Heitor da Fonseca, pelo apoio dado à investigação, ainda nos tempos de mestrado.

Aos colegas do Turismo de Portugal por conviverem com as minhas angústias e ansiedades por uma investigação que tardava em sair de projeto e a tornar-se realidade.

Aos meus colegas de doutoramento por me terem aturado ao longo do curso de formação avançada, nos seminários de acompanhamento e nos momentos, sempre necessários, de boa disposição e lazer.

Um bem-haja à minha família, em especial os meus pais, pela educação e pelos valores morais e cívicos inculcados. Aos meus avós, em especial ao meu avô Flôr que, no ano passado, aquando da entrega desta investigação, faria 100 anos. Um grande abraço ao meu irmão e ao meu sobrinho.

E aquele que deveria ser o primeiro agradecimento, à Teresa, pelo apoio incondicional, desde a primeira hora, para que levasse a cabo esta investigação.

Resumo

Portugal não foi exceção ao crescimento mundial das companhias aéreas de baixo custo, cujo modelo de negócio tem sido responsável por novos fluxos de tráfego e novos modelos de alojamento.

Lisboa e Porto, a par de outros aeroportos nacionais, possuem bases operacionais das principais companhias aéreas de baixo custo europeias – *Ryanair* e *easyJet* – que têm contribuído para o aumento do tráfego nesses aeroportos e ganhos de quota de mercado às companhias tradicionais instaladas.

À medida que as companhias aéreas de baixo custo se foram instalando em Lisboa e Porto, assistia-se a um desenvolvimento do turismo e ao crescimento de novos tipos de alojamento, em especial ao nível dos *hostels*. Por outro lado, a aposta na preservação e reabilitação urbana contribuiu igualmente para que muitos destes novos negócios se instalassem na Baixa das cidades de Lisboa e Porto.

O objetivo desta investigação será, deste modo, compreender o contributo que estas companhias aéreas poderão ter dado para o aumento dos *hostels* nestas cidades e avaliar o comportamento desses fluxos turísticos. Sendo os *hostels* tradicionalmente identificados com turismo jovem, o objetivo foi igualmente perceber se esse é ou não o principal cliente dos *hostels*, e se, caso não existissem as companhias aéreas de baixo custo, estes estariam disponíveis para continuar a visitar estas cidades.

As várias hipóteses de investigação, apoiadas através dos questionários aos *hostels*, aos turistas dos *hostels*, aos hotéis e a um painel de especialistas, permitiram criar uma base sólida de informação que contribuiu para dar respostas aos desafios lançados.

Tal como em muitos dos países onde as companhias aéreas de baixo custo têm presença regular, também as cidades de Lisboa e Porto souberam aproveitar essa oportunidade, a par de outras, para capitalizar a importância que o turismo tem hoje na economia nacional. A sua presença, com mais validade do Porto, mostra o quão importante têm sido para o desenvolvimento do turismo e para o aparecimento de uma nova realidade no alojamento turístico.

Foi igualmente relevante perceber que a maioria dos turistas dos *hostels* é utilizadora regular das companhias aéreas de baixo custo, mais uma vez, com uma evidência mais vincada no mercado do Porto.

Se é certo que algumas investigações já apontavam para a importância do turismo jovem para os *hostels*, também em Lisboa e no Porto essa realidade se mostrou verdadeira.

Apesar do muito que se tem escrito sobre a ameaça dos *hostels* para a hotelaria tradicional, foi possível constatar que essa situação não se verifica, embora existam algumas queixas da hotelaria, devido a regras diferenciadas e níveis de responsabilização e de fiscalização diferentes entre hotéis e *hostels*. Os modelos de negócio, segmentos e posicionamentos diferentes deixaram claro que, cada um deles, tem um papel importante a desempenhar no turismo.

Embora, em termos globais, existam algumas convergências de aspetos sobre o tipo de cliente utilizador dos *hostels* e das suas motivações, existem algumas diferenças na realidade do mercado do Porto e de Lisboa, em especial dada a maior dependência do mercado do Norte de Portugal das companhias aéreas de baixo custo.

Palavras-chave: Alojamento turístico, companhias aéreas de baixo custo, *hostels*, *low cost carriers*, transporte aéreo, turismo jovem

Abstract

Portugal was no exception to the growth of low cost carriers worldwide, which business model has been responsible for new flows of traffic and new models of accommodation.

Lisbon and Oporto, as well as other Portuguese airports, have operational bases from the main European low cost carriers – *Ryanair* and *easyJet* – who contributed to the increase of traffic in those airports, and gain of market share to the installed full service carriers.

The presence of low cost carriers in Lisbon and Oporto has meant a new development of tourism and the growth of new types of accommodation, particularly in terms of hostels. On the other hand, the focus in the urban preservation and rehabilitation contributed also for the instalation of many new businesses in Lisbon and Oporto downtown.

The main purpose of this investigation will be to understand the low cost carriers' contribution for the increase of hostels in those cities, and evaluate the behaviour of those touristic flows. As hostels are traditionally identified with youth tourism, the objective is also to understand if they are (or not) the main customers in an hostel and, if no low cost operations were available, they were still open to continue to visit those cities.

The different hypotheses of investigation, supported by questionnaires to the hostels, tourists in the hostels, hoteliers and a professional pannel, permitted to create a solid base of information to meet the challenges posed.

As in many other countries where low cost carriers have a regular presence, Lisbon and Oporto also took advantage of that opportunity, alongside others, to capitalize the importance that tourism has nowadays in national economy. Its presence, with greater validity in Oporto, shows how important they are for the development of tourism and the emergence of a new reality in touristic accommodation.

It was also relevant to understand the majority of tourists in hostels are regular users of low cost carriers, again, with better statistical evidence in Oporto market.

If it is true that some investigations pointed out the importance of the youth tourism for the hostels, that reality shown to be true for Lisbon and Oporto too.

Despite all of the information being written regarding the threat of hostels to hotels, it was possible to verify that situation doesn't exist, although the existence of some complains from hoteliers, due to different rules applied and different levels of responsibilities and supervision between hotels and hostels. The different business models, market segments and positioning shows clearly that everyone has an important role to play in tourism.

Although, globally, some convergence of aspects exists about the type of customer that prefers hostels and their motivations, there are some differences between markets of Lisbon and Oporto, especially due to the bigger dependency of the North of Portugal from low cost carriers.

Keywords: Air transportation, hostels, low cost carriers, touristic accommodation, youth tourism

Resumen

Portugal no ha sido excepción en el crecimiento mundial de las compañías aéreas de bajo coste, cuyo modelo de negocio es responsable por nuevos flujos de tráfico y nuevos modelos de alojamiento.

Lisboa y Oporto, como en otros aeropuertos nacionales, tienen bases operacionales de las principales compañías aéreas de bajo coste europeas – *Ryanair* y *easyJet* – que tienen contribuido para el aumento del tráfico en esos aeropuertos y ganos de cuota de mercado a las compañías tradicionales establecidas.

A medida que las compañías aéreas de bajo coste se fueran instalando en Lisboa y Oporto, se registraba el desarrollo del turismo y el crecimiento de nuevos tipos de alojamiento, en especial al nivel de los *hostels*. Por otro lado, la apuesta en la preservación y en la rehabilitación urbana ha contribuido igualmente para que muchos de estos nuevos negocios se instalasen en la “Baixa” de las ciudades de Lisboa y Oporto.

El objetivo de esta investigación será, de esta forma, comprender el contributo que estas compañías aéreas puedan tener dado para el aumento de los *hostels* en estas ciudades y evaluar el comportamiento de esos flujos turísticos. Siendo los *hostels* tradicionalmente identificados con turismo joven, el objetivo fue igualmente percibir si ese es o no el principal cliente de los *hostels*, y se, en caso de no existir las compañías aéreas de bajo coste, estos estarían disponibles para continuar a visitar estas ciudades.

Las variadas hipótesis de investigación, apoyadas a través de los cuestionários a los *hostels*, a los turistas de los *hostels*, a los hoteles y a un panel de expertos, han permitido crear una base sólida de información que ha contribuido para hacer frente a los desafíos planteados.

Como en muchos de los países donde las compañías aéreas de bajo coste tienen una presencia regular, también las ciudades de Lisboa y Oporto han sabido aprovechar esa oportunidad, junto con otras, para capitalizar la importancia que el turismo tiene hoy en la economía nacional. Su presencia, con más validez en Oporto, muestra lo bien importante que són para el desarrollo del turismo y para el apareamiento de una nueva realidad en el alojamiento turístico.

Ha sido igualmente importante percibir que la mayoría de los turistas de los *hostels* es usuaria regular de las compañías aéreas de bajo coste, una vez más, con una evidencia más marcada en el mercado de Oporto.

Se es cierto que algunas investigaciones ya señalaban para la importancia del turismo joven para los *hostels* ha quedado igualmente demostrado esa relación directa en las ciudades de Lisboa y Oporto.

A pesar de lo mucho que se tiene escrito sobre la amenaza de los *hostels* para la hostelería tradicional, ha sido posible constatar que esa realidad no es aplicable, aunque existen algunas quejas de la hostelería por las normas diferenciadas y niveles de responsabilización y de fiscalización distintos entre hoteles y *hostels*. Los diferentes modelos de negocio, segmentos y posicionamientos diferentes han dejado claro que cada uno de ellos tiene un papel importante a desempeñar en el turismo.

Aunque, globalmente, existan algunas convergencias de aspectos sobre el tipo de cliente usuario de los *hostels* y de sus motivaciones, existen algunas diferencias en la realidad del mercado de Oporto y de Lisboa, en especial por la mayor dependencia del mercado del Norte de Portugal de las compañías aéreas de bajo coste.

Palavras-chave: Alojamiento turístico, compañías aéreas de bajo coste, *hostels*, *low cost carriers*, transporte aéreo, turismo joven

Glossário de termos, símbolos e abreviaturas

a.C.	Antes de Cristo (em inglês, B.C. – <i>Before Christ</i>)
ACI	<i>Airports Council International</i> (em português, Associação Internacional das Empresas Operadoras dos Aeroportos). Em Portugal, a ANA – Aeroportos de Portugal
ACMI	<i>Aircraft, Crew, Maintenance and Insurance</i> . Terminologia dada ao aluguer de curta duração de um avião. Para períodos mais longos, assume a designação de <i>wet lease</i>
AHETA	Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve
AHP	Associação de Hotelaria de Portugal
AHRESP	Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal
AHsP	Associação de <i>Hostels</i> de Portugal
<i>Airline Deregulation Act</i>	Lei federal americana que marca o início do processo de liberalização do transporte aéreo nos Estados Unidos da América (E.U.A.).
AL	Alojamento Local
APAVT	Associação Portuguesa de Agências de Viagens e Turismo
APHORT	Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo
art.	Artigo
ANA	Aeroportos de Portugal
ANAC	Agência Nacional de Aviação Civil (ex-INAC)
ANSP	<i>Air Navigation Service Providers</i> (em português, prestadores de serviços de Navegação Aérea). Em Portugal, a NAV Portugal
APA	<i>American Psychological Association</i> (normas utilizadas para as referências e citações bibliográficas)
ASAE	Autoridade de Segurança Alimentar e Económica
ASK	<i>Available Seat Kilometre</i> (também conhecido como <i>PKO</i>)
ATA	<i>Air Transport Association</i> (Associação das Companhias Aéreas Americanas), também conhecida por <i>A4A</i> (<i>Airlines for America</i>)
ATAG	<i>Air Transport Action Group</i>
ATL	Associação de Turismo de Lisboa

ATP	Associação de Turismo do Porto
ATW	<i>Air Transport World</i> (revista técnica de aviação)
A4A	<i>Airlines for America</i> (associação das companhias aéreas americanas)
BCG	<i>Boston Consulting Group</i> (empresa de consultoria internacional)
<i>Billions</i>	Mil milhões
BP	Banco de Portugal
BT	Balança Turística
CAB	<i>Civil Aeronautic Board</i> (autoridade de aviação na América, tendo sido extinto com o <i>Airline Deregulation Act</i>)
<i>Catchment area</i>	Área de captação (no caso presente, área de captação de tráfego de um aeroporto)
<i>Catering</i>	Serviço de fornecimento de refeições a bordo dos aviões
CE	Comunidade Europeia
CEHAT	<i>Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos</i>
CEO	<i>Chief Executive Officer</i>
CLIA	<i>Cruise Lines International Association</i> (em português, Associação Internacional das Empresas Operadoras de Cruzeiros)
CML	Câmara Municipal de Lisboa
CMO	<i>Chief Commercial Officer</i>
CMP	Câmara Municipal do Porto
<i>Code share</i>	Acordo entre duas transportadoras onde a aeronave da transportadora que opera a rota (<i>operating carrier</i>) tem o seu próprio número de voo em conjunto com o número de voo da outra transportadora (<i>marketing carrier</i>)
COM.	Documento da Comissão das Comunidades Europeias
CST	Conta Satélite do Turismo
CTP	Confederação do Turismo Português
d.C.	Depois de Cristo (em inglês, A.D. – <i>Anno Domini</i>)
D.R.	Diário da República
Doc	Documento

<i>Dressing</i>	Designação técnica utilizada em aviação que traduz os procedimentos de preparação do interior do avião antes do início de um voo
EC	<i>European Community</i> (em português, Comunidade Europeia – CE)
ECAA	<i>European Commom Aviation Area</i> (em português, Espaço de Aviação Comum Europeu - EACE)
ELFAA	<i>European Low Fares Airline Association</i> (em português, Associação Europeia de Companhias Aéreas de Baixo Custo)
ERT	Entidade Regional de Turismo
<i>et al.</i>	<i>Et alii</i> (e outros)
EU	<i>European Union</i> (em português, União Europeia – UE)
E.U.A. (ou EUA)	Estados Unidos da América (em inglês, U.S.A. ou USA)
ex.	Exemplo
FFP	<i>Frequent Flyer Program</i> (em português, programa de fidelização de passageiro frequente)
Fig.	Figura
FSC	<i>Full service carrier</i> (também designada por companhia aérea tradicional)
<i>Full Economy</i>	Classe única de serviço (económica ou turística)
<i>Full service carrier</i>	Companhia aérea tradicional (também designada por <i>FSC</i>)
GDS	<i>Global Distribution Systems</i> (sistemas globais de distribuição, sendo os mais conhecidos o <i>Travelport</i> (que englobou o <i>Galileo</i> e <i>Worldspan</i>), o <i>Amadeus</i> e o <i>Sabre</i>)
GDP	<i>Gross Domestic Product</i> (em português, PIB)
GTAC	<i>Global Travel Association Coalition</i> (associação que reúne as principais associações de turismo e aviação comercial)
<i>Hajj</i>	Peregrinação anual efetuada pelos muçulmanos a Meca (Arábia Saudita)
<i>Handling</i>	Serviço de aeroporto que inclui, entre outras funções, <i>check-in</i> , despacho de bagagem e despacho do avião
HI	<i>Hostelling International</i> , representando a associação internacional das Pousadas de Juventude
Hip.	Hipótese (de investigação)
<i>Hub & Spoke</i>	Placa de distribuição de tráfego, muitas vezes traduzido na capacidade

de *feeding/defeeding* de uma companhia aérea, ou seja, de trazer passageiros de vários destinos para o aeroporto onde tem a sua base de operação (*feeding*) e distribuí-los depois para os destinos onde opera (*defeeding*). Por norma designado apenas por *hub*.

Ho	Hipótese nula
H24	Operação ao longo das 24 horas do dia
IATA	<i>International Air Transport Association</i> (em português, Associação Internacional das Transportadoras Aéreas)
ICAO	<i>International Civil Aviation Organization</i> (em português, Organização da Aviação Civil Internacional). Em Portugal, a ANAC
INAC	Instituto Nacional de Aviação Civil (atualmente ANAC)
INE	Instituto Nacional de Estatística
IPDT	Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo
<i>Interlining</i>	Capacidade de um passageiro poder realizar uma viagem de avião com utilização de várias companhias aéreas e apenas um único bilhete
Inverno Iata	Período compreendido entre outubro e março
ITC	<i>Inclusive Tour Charter</i> (pacote turístico)
IUOTO	<i>International Union of Official Travel Organizations</i> , na altura conhecida como a União Internacional dos Organismos de Turismo
<i>Jet Fuel</i>	Combustível de avião
JOCE	Jornal Oficial da Comunidade Europeia
JOUE	Jornal Oficial da União Europeia
Km	Quilómetro
K-S	<i>Kolmogorov</i> e <i>Smirnov</i> (testes estatísticos)
LCC	<i>Low Cost Carrier</i> (em português, companhia aérea de baixo custo)
<i>Load Factor</i>	Coefficiente de ocupação dos voos
<i>Long haul low cost</i>	Companhia aérea de baixo custo de longo curso
<i>Low cost carrier</i>	Companhia aérea de baixo custo (também representada por <i>LCC</i>)
M	Milhões
MI	<i>Meetings Industry</i>
mM	Mil milhões

MOU	<i>Memorandum of Understanding</i> (em português, memorando de entendimento)
n.d.	Não disponível
NR	Não responde
NS	Não sabe
nº (ou n.º)	Número
Não esp.	Não especificado
OEF	<i>Oxford Economic Forecasting</i>
OMT	Organização Mundial de Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
<i>Open Skies</i>	Acordos de liberalização de transporte aéreo promovendo a criação de mercados abertos e totalmente liberalizados entre os países participantes, incluindo o acesso a rotas domésticas
OT	Orientações Técnicas (do Turismo de Portugal)
Passageiro	Qualquer pessoa transportada por avião, à exceção dos membros da tripulação (ANA)
Pax	Passageiro
p. (ou pág.)	Página. Se usado para efeitos estatísticos <i>p-value</i> (nível de significância)
pp.	Entre páginas
p.p.	Pontos percentuais
PATA	<i>Pacific Asia Travel Association</i> (em português, Associação dos Agentes de Viagens da Ásia)
PIB	Produto Interno Bruto
p. ex.	Por exemplo
PKO	<i>Passenger Kilometre Offered</i> (soma do número de lugares oferecidos multiplicados pela distância)
PKP	<i>Passenger Kilometre Performed</i> (corresponde ao número de lugares vendidos num avião, a passageiros pagantes - <i>revenue passenger</i> - multiplicados pela distância)
PKU	<i>Passenger Kilometre Used</i> (soma do número de passageiros transportados multiplicados pela distância)

PNP	Porto e Norte de Portugal
p2p	<i>Peer-to-peer</i> (rede de comunicações e troca de dados diretamente entre utilizadores)
r	Coefficiente de Correlação
REVPAB	<i>Revenue per available bed</i> (receita gerada por cama disponível para venda)
RJAL	Regime Jurídico do Alojamento Local
RJET	Regime Jurídico dos Estabelecimentos Turísticos
ROIC	<i>Return on Invested Capital</i> (em português, rentabilidade do capital investido)
RPM	<i>Revenue Passenger Mile</i> (idêntico a <i>RPK</i> mas medido em milhas)
RPK	<i>Revenue Passenger Kilometre</i> (idêntico a <i>PKP</i>)
Séc.	Século
SES (<i>Singe European Sky</i>)	Iniciativa comunitária visando a reforma do atual sistema de gestão do tráfego aéreo passando pelo aumento da capacidade instalada nos aeroportos e da segurança aérea e pela criação de uma plataforma tecnológica de gestão do tráfego aéreo
SET	Secretário de Estado do Turismo
<i>Short break</i>	Estada de curta duração
Sig.	Significância (nível de)
<i>Slot</i>	Autorização de uma companhia aérea para poder aterrar e descolar dentro de uma determinada faixa horária
SPSS	<i>Statistical Package for the Social Sciences</i> (no presente caso, a utilização da versão <i>IBM PASW SPSS V. 22</i>)
s.s.e.	Sem significado estatístico
<i>Sunday Rule</i>	Regra utilizada em aviação comercial que obriga à permanência no destino na noite de domingo
S-W	<i>Shapiro e Wilk</i> (testes estatísticos)
TAP	Transportes Aéreos Portugueses ou TAP Portugal
TER	Turismo no Espaço Rural
TP	Turismo de Portugal
U	<i>Mann-Whitney</i> (testes estatísticos)

UE	União Europeia
UK	<i>United Kingdom</i> (em português, Reino Unido)
<i>Umrah</i>	Peregrinação efetuada pelos muçulmanos a Meca
UN	<i>United Nations</i> (em português, Nações Unidas)
UNWTO	<i>United Nations World Tourism Organization</i> (também conhecido por WTO)
U.S.A. (ou USA)	<i>United States of America</i> (em português, E.U.A. ou EUA)
USD (ou Usd)	<i>United States Dollar</i> (em português, dólar americano)
VAB	Valor Acrescentado Bruto
Verão Iata	Período compreendido entre março e outubro
VFA	Visita a familiares e amigos (em inglês, <i>Visit Friends and Relatives - VFR</i>)
WEF	<i>World Economic Forum</i> (em português, Fórum Económico Mundial)
<i>Wet lease</i>	Aluguer de longa duração de avião
<i>Wide-body aircrafts</i>	Aviões de larga capacidade
WTC	<i>World Trade Center</i> (torres gémeas em Nova Iorque)
WTO	<i>World Tourism Organization</i> (em português, Organização Mundial de Turismo – OMT ou, em inglês, também conhecido por UNWTO)
WTTC	<i>World Travel and Tourism Council</i>
WYSE	<i>World Youth Student and Educational</i> (Associação mundial de operadores e agentes turísticos especializados no mercado jovem)
YHA	<i>Youth Hostel Association</i> (Associação das Pousadas de Juventude, sendo parte integrante da <i>HI</i>)
<i>Yield</i>	Receita/ <i>PKU</i> (receita por lugar utilizado, corrigida pela distância)
YMCA	<i>Young Men's Christian Association</i> (associação cristã de jovens)
10^6	Milhões
\$	<i>USD</i> ou <i>Usd</i> (ou dólar americano)
€ (ou Eur)	Euro
χ^2	Qui-quadrado

Índice geral

(Pág.)

Dedicatória.....	i
Agradecimentos.....	iii
Resumo.....	vii
<i>Abstract</i>	ix
<i>Resumen</i>	xi
Glossário de termos, símbolos e abreviaturas.....	xiii
Índice geral.....	xxi
Índice de figuras.....	xxvii
Índice de tabelas.....	xxxix
Índice de anexos.....	xxxvii
Índice de entrevistas.....	xli

Parte I – Introdução

1. Introdução.....	3
1.1. Tema, delimitação e âmbito da investigação.....	3
1.2. Objetivos.....	7
1.3. Fontes de investigação.....	8
1.4. Estrutura da investigação.....	9
1.5. Conclusões do capítulo.....	14

Parte II – Abordagem conceptual

2. Turismo e transportes: evidências e referências conceptuais.....	17
2.1. Introdução.....	17
2.2. Turismo e transportes – enquadramento conceptual.....	17
2.3. Integração dos transportes nos sistemas turísticos.....	22
2.4. O reconhecimento dos efeitos de deslocação no turismo.....	29

2.5. Complementaridade entre turismo e transporte aéreo.....	34
2.6. Turismo e transporte aéreo – que futuro?.....	37
2.7. Conclusões do capítulo.....	45
3. O conceito <i>low cost</i> e a sua relação com as <i>low cost carriers</i>.....	47
3.1. Introdução.....	47
3.2. O conceito <i>low cost</i> – sua génese e enquadramento conceptual.....	48
3.3. <i>Low cost fares</i> – a génese das companhias aéreas de baixo custo?.....	54
3.4. <i>Low cost carriers</i> – A importância dos processos de liberalização para o desenvolvimento em aviação comercial.....	60
3.4.1. Enquadramento genérico.....	60
3.4.2. O processo de liberalização nos Estados Unidos da Europa.....	61
3.4.3. O processo de liberalização na Europa.....	65
3.5. Modelos de negócio das companhias aéreas.....	69
3.5.1. Enquadramento conceptual.....	70
3.5.2. Modelo de negócio das companhias aéreas regulares.....	71
3.5.3. Modelo de negócio das companhias aéreas não regulares.....	75
3.5.4. Características e comparação entre os diferentes modelos de negócio aéreo.....	82
3.6. A evolução das companhias aéreas de baixo custo na Europa.....	89
3.7. Impacto das companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo.....	92
3.8. Perfil dos passageiros utilizadores das companhias aéreas de baixo custo.....	109
3.9. <i>Long haul low cost</i> e outras oportunidades futuras.....	113
3.10. Conclusões do capítulo.....	118
4. A importância do turismo jovem e a sua relevância no alojamento <i>hostel</i>.....	121
4.1. Introdução.....	121
4.2. Turismo jovem, <i>backpackers</i> e <i>hostels</i>	122

4.2.1. Turismo jovem.....	122
4.2.2. <i>Backpackers</i>	127
4.2.3. <i>Hostels</i>	132
4.2.3.1. Origem e evolução dos <i>hostels</i>	132
4.2.3.2. Definição e conceito do alojamento <i>hostel</i>	137
4.2.3.3. <i>Independent hostel versus youth hostel</i>	139
4.3. A economia colaborativa e os seus impactos em novos modelos de alojamento.....	145
4.4. Conclusões do capítulo.....	150

Parte III – Metodologia da investigação

5. Procedimento científico e filosofia de investigação.....	155
5.1. Introdução.....	155
5.2. A importância das teorias do conhecimento.....	155
5.3. A multidisciplinaridade do turismo.....	165
5.4. Enquadramento do procedimento do método científico.....	168
5.5. Hipóteses de Investigação.....	180
5.5.1. Enquadramento conceptual e formulação de hipóteses.....	180
5.5.2. Refutabilidade das hipóteses.....	187
5.6. Construção do modelo de investigação.....	188
5.7. Delimitação da amostra, observação e sua fundamentação.....	190
5.7.1. Avaliação da oferta dos <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto.....	193
5.7.2. Avaliação da procura nos <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto.....	199
5.7.3. Avaliação da atividade dos <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto junto da hotelaria tradicional.....	202
5.7.4. Estabelecimento de um painel de especialistas.....	204
5.8. Métodos e Técnicas de Observação propostos: sua análise, discussão e princi- pais conclusões metodológicas.....	208
5.8.1. Enquadramento teórico e conceptual.....	208

5.8.2. Questionário junto da oferta dos <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto.....	217
5.8.3. Questionário junto da procura nos <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto.....	219
5.8.4. Questionário junto da hotelaria nas cidades de Lisboa e Porto.....	220
5.8.5. Guião de entrevista/questionário junto do painel de especialistas.....	221
5.9. A formulação das hipóteses e sua relação com os instrumentos de observação.....	225
5.10. Enquadramento crítico da metodologia proposta.....	230
5.11. Conclusões do capítulo.....	233

Parte IV – Estudo empírico

6. Indicadores quantitativos e qualitativos de análise: turismo, transporte aéreo e o binómio turismo jovem/hostels.....	237
6.1. Enquadramento.....	237
6.2. Turismo internacional.....	237
6.2.1. Impactos económicos.....	237
6.2.2. Chegadas de turistas internacionais.....	239
6.2.3. Receitas do turismo internacional.....	244
6.3. Transporte Aéreo.....	246
6.3.1. Impactos económicos.....	246
6.3.2. Estatísticas de tráfego.....	247
6.3.3. Rentabilidade do transporte aéreo.....	250
6.4. Turismo em Portugal.....	251
6.4.1. Impactos económicos.....	251
6.4.2. Dormidas de turistas em Portugal.....	255
6.4.3. Receitas do turismo em Portugal.....	256
6.5. O transporte aéreo em Portugal.....	258
6.5.1. Impactos económicos.....	258
6.5.2. Dados operacionais.....	259
6.6. Enquadramento estatístico das companhias aéreas de baixo custo.....	260

6.7. Turismo jovem e <i>hostels</i> – alguns indicadores.....	264
6.8. Conclusões do capítulo.....	275
7. Companhias aéreas de baixo custo e <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto:	
enquadramento e análise.....	277
7.1. Introdução.....	277
7.2. Companhias aéreas de baixo custo nas cidades de Lisboa e Porto.....	278
7.3. Mercado dos <i>hostels</i> em Lisboa e Porto.....	289
7.3.1. Alojamento local: seu enquadramento legal e impactos no mercado.....	289
7.3.2. Breve nota de enquadramento estatístico.....	296
7.3.3. Evolução do mercado.....	299
7.4. Contributos científicos para o conhecimento da temática <i>hostel</i>	302
7.5. Alojamento local em Espanha.....	310
7.6. Pousadas de Juventude e <i>hostels</i>	314
7.7. <i>Hostels</i> e reabilitação urbana.....	318
7.8. Hotelaria em Lisboa e Porto – breve apontamento estatístico.....	324
7.9. Conclusões do capítulo.....	326

Parte V – Análise de dados

8. Análise e discussão dos dados primários.....	331
8.1. Introdução.....	331
8.2. Análise dos questionários.....	331
8.2.1. Questionário junto da oferta dos <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto.....	331
8.2.2. Questionário junto da procura nos <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto.....	351
8.2.3. Questionário junto da hotelaria nas cidades de Lisboa e Porto.....	372
8.3. Entrevistas.....	381
8.3.1. Enquadramento prévio.....	381
8.3.2. Análise das entrevistas.....	383
8.4. Breve resumo e sistematização dos dados primários.....	395

8.5. Validação das hipóteses de investigação.....	399
8.5.1. Introdução.....	399
8.5.2. Síntese e enquadramento de base à validação das hipóteses.....	400
8.5.3. Análise e tratamento das hipóteses.....	405
8.6. Limitações das hipóteses de investigação.....	425
8.7. Conclusões do capítulo.....	427

Parte VI – Conclusões, contributos e recomendações

9. Conclusões.....	433
9.1. Principais conclusões.....	433
9.2. Contributos da investigação para o conhecimento.....	437
9.3. Limitações da investigação e futuras linhas de abordagem.....	439
9.4. Considerações finais.....	442
 Bibliografia.....	 447
Anexos.....	501
Entrevistas e questionários.....	577

Índice de figuras

	(Pág.)
Fig. 1. Pergunta de partida – inter-relação de variáveis.....	4
Fig. 2. Delimitação do campo de investigação.....	5
Fig. 3. Estrutura da investigação.....	13
Fig. 4. Sistema turístico de Leiper.....	25
Fig. 5. Os cinco setores principais de viagens e turismo.....	26
Fig. 6. O papel dos transportes nas dinâmicas entre a oferta e a procura turística.....	27
Fig. 7. Conta Satélite do Turismo.....	32
Fig. 8. Evolução do Consumo do Turismo – Conta Satélite do Turismo (2000-2010).....	33
Fig. 9. Evolução dos <i>RPKs</i> e das chegadas de turistas internacionais.....	34
Fig. 10. A indústria do Transporte Aéreo.....	36
Fig. 11. Chegadas de turistas internacionais por meio de transporte (1980-2030).....	38
Fig. 12. Tráfego aéreo mundial por região (1994-2034).....	40
Fig. 13. Tráfego aéreo mundial por região/destino (2015-2034).....	41
Fig. 14. <i>Low cost business model</i>	52
Fig. 15. Principais características das companhias aéreas de baixo custo quando comparadas com as companhias <i>charters</i>	80
Fig. 16. Principais características dos modelos de negócio de transporte aéreo.....	83
Fig. 17. Características das companhias aéreas tradicionais e de baixo custo.....	86
Fig. 18. Evolução das <i>low cost carriers</i> na Europa (2003-2014).....	91
Fig. 19. Vantagens e desvantagens da entrada das companhias aéreas de baixo custo.....	93
Fig. 20. Tráfego de passageiros por companhia aérea em Itália (2014).....	103

Fig. 21. Era da economia colaborativa.....	145
Fig. 22. Abordagens em turismo.....	166
Fig. 23. As sete etapas do procedimento científico.....	171
Fig. 24. Modelo de investigação.....	189
Fig. 25. Métodos de amostragem.....	192
Fig. 26. Amostragem.....	193
Fig. 27. <i>Hostels</i> em Lisboa.....	196
Fig. 28. <i>Hostels</i> no Porto.....	197
Fig. 29. Métodos de observação utilizados.....	210
Fig. 30. O turismo mundial em 2014.....	238
Fig. 31. Indicadores de turismo (2014-2025).....	239
Fig. 32. Chegadas de turistas internacionais (1995-2014).....	240
Fig. 33. Receitas de turistas internacionais (1995-2014).....	244
Fig. 34. Chegadas e Receitas do turismo internacional (1990-2013).....	245
Fig. 35. Impactos económicos da aviação.....	247
Fig. 36. Tráfego mundial de passageiros (1945-2015).....	249
Fig. 37. Evolução da rentabilidade do Transporte Aéreo (1990-2015).....	251
Fig. 38. Relação entre infraestruturas de rede e contributo para o PIB (2014).....	252
Fig. 39. Peso do turismo na Balança Turística (2000-2014).....	253
Fig. 40. Receitas turísticas internacionais na União Europeia (2013).....	257
Fig. 41. Evolução das <i>low cost carriers</i> no mercado mundial (2003-2014).....	260
Fig. 42. Indicadores das companhias aéreas de baixo custo – 2014.....	263
Fig. 43. Distribuição da idade nos <i>hostels</i> (2010).....	265

Fig. 44. Tipos de turistas nos <i>hostels</i> na Europa (2010).....	267
Fig. 45. Motivação da viagem.....	268
Fig. 46. Oferta de alojamento jovem por tipologia (2005).....	269
Fig. 47. Origem das reservas por canal de distribuição (2013).....	271
Fig. 48. Origem das reservas por fornecedor <i>online</i> (2013).....	271
Fig. 49. Turismo em <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto – alguns indicadores.....	306
Fig. 50. Grau de Associativismo.....	333
Fig.51. Sazonalidade semanal no <i>hostel</i> (%).....	335
Fig. 52. Meios de promoção do <i>hostel</i> (%).....	340
Fig. 53. Procura no <i>hostel</i> por nacionalidade (%).....	340
Fig. 54. Taxa de ocupação-cama nos <i>hostels</i> (%).....	341
Fig. 55. Estada média dos turistas nos <i>hostels</i> (%).....	343
Fig. 56. Meio de transporte utilizado pelos hóspedes (%).....	343
Fig. 57. Ameaça dos <i>hostels</i> aos estabelecimentos hoteleiros (%).....	348
Fig. 58. Adequabilidade da legislação do alojamento local (%).....	349
Fig. 59. Nacionalidades dos turistas por região (%).....	352
Fig. 60. Principais nacionalidades.....	353
Fig. 61. Meio de transporte por região (Europa e América do Norte).....	355
Fig. 62. Razões para a utilização das companhias aéreas tradicionais (<i>FSC</i>).....	356
Fig. 63. Permanência na cidade (%).....	356
Fig. 64. Propósito da visita (%).....	359
Fig.65. Modo de viajar (%).....	360
Fig. 66. Tipo de Reserva.....	364

Fig. 67. Preferência dos <i>hostels</i> versus hotéis.....	367
Fig. 68. Grau de satisfação com o <i>hostel</i> e cidade de Lisboa.....	368
Fig. 69. Grau de satisfação com o <i>hostel</i> e cidade do Porto.....	368
Fig. 70. Meio de transporte a utilizar.....	369
Fig. 71. Meio de transporte a utilizar por região.....	370
Fig. 72. Utilização das companhias aéreas de baixo custo.....	371
Fig. 73. Contributo das <i>low cost carriers</i> para o desenvolvimento do turismo na cidade (%).....	373
Fig. 74. Contributo da <i>Ryanair</i> para o seu hotel.....	377
Fig. 75. Adequabilidade da legislação do alojamento local ao mercado.....	380
Fig. 76. Contributo das companhias aéreas de baixo custo para o turismo.....	386
Fig. 77. Contributo das companhias aéreas de baixo custo para os <i>hostels</i>	387
Fig. 78. Inexistência de companhias aéreas de baixo custo para as cidades.....	388
Fig. 79. Criação de uma base operacional da <i>Ryanair</i> em Lisboa.....	391
Fig. 80. <i>Hostels</i> como ameaça aos estabelecimentos hoteleiros.....	392
Fig. 81. Cidades sem operação <i>low cost</i>	393
Fig. 82. Resultados líquidos da <i>Southwest Airlines</i> (1971-2014).....	512
Fig. 83. Bases operacionais da <i>Ryanair</i>	514
Fig.84. Evolução do número de passageiros (2001-2024).....	515
Fig.85. Resultados líquidos da <i>Ryanair</i> (1998-2015).....	515
Fig.86. <i>Always Getting Better Programme</i>	517

Índice de tabelas

(Pág.)

Tabela 1. Chegadas de turistas internacionais por meio de transporte	35
Tabela 2. Turismo internacional por região de destino (1980-2030).....	39
Tabela 3. Pacotes de liberalização do transporte aéreo na Europa.....	67
Tabela 4. Tráfego aéreo regular e não regular (1998-2014).....	81
Tabela 5. Principais companhias aéreas de baixo custo na Europa (em passageiros).....	91
Tabela 6. Companhias aéreas de baixo custo e turismo.....	94
Tabela 7. Voos operados pela <i>Ryanair</i> em Espanha.....	105
Tabela 8. Evolução do pensamento científico.....	160
Tabela 9. Abordagens da investigação.....	186
Tabela 10. <i>Hostels</i> em Lisboa e Porto – Taxa de resposta (ponderada).....	198
Tabela 11. Resultados da amostra da procura nos <i>hostels</i>	201
Tabela 12. Taxa de resposta da hotelaria nas cidades de Lisboa e Porto (ponderada).....	203
Tabela 13. Questões do questionário aos proprietários/diretores dos <i>hostels</i>	218
Tabela 14. Questões do questionário aos turistas dos <i>hostels</i>	219
Tabela 15. Questões do questionário aos estabelecimentos hoteleiros.....	220
Tabela 16. Painel de especialistas.....	221
Tabela 17. Painel de especialistas (guião de entrevista).....	222
Tabela 18. Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 1).....	226
Tabela 19. Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 2).....	227
Tabela 20. Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 3).....	227
Tabela 21. Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 4).....	228

Tabela 22. Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 5).....	229
Tabela 23. Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 6).....	229
Tabela 24. Chegadas de turistas internacionais por região (milhões).....	240
Tabela 25. Chegadas de turistas internacionais (principais mercados).....	242
Tabela 26. Chegadas de turistas internacionais por meio de transporte.....	242
Tabela 27. Receitas de turistas internacionais por região.....	244
Tabela 28. <i>Ranking</i> das receitas de turismo internacional (<i>Usd</i>).....	246
Tabela 29. Dormidas na hotelaria em Portugal (2000-2014).....	255
Tabela 30. Volume de negócios por serviço oferecido e VAB.....	258
Tabela 31. Tráfego comercial de passageiros, por aeroporto e natureza de voo.....	259
Tabela 32. Quota de mercado das <i>low cost carriers</i> (em % do total de lugares) na região (2003-2014).....	262
Tabela 33. Oferta de <i>hostels</i> no Mundo.....	269
Tabela 34. Tráfego comercial de passageiros – 2002-2012	280
Tabela 35. Impactos económicos da abertura de bases operacionais em Portugal.....	283
Tabela 36. Operação da <i>easyJet</i> nos aeroportos de Lisboa e Porto.....	284
Tabela 37. Operação da <i>Ryanair</i> nos aeroportos de Lisboa e Porto.....	285
Tabela 38. Operações de outras companhias aéreas de baixo custo em Lisboa e no Porto...	286
Tabela 39. Local de pernoita em 2014 dos turistas internacionais do PNP por via aérea.....	298
Tabela 40. Evolução do número de <i>hostels</i> em Lisboa e Porto.....	301
Tabela 41. Indicadores específicos de turismo na cidade de Lisboa (2002-2013).....	325
Tabela 42. Indicadores específicos de turismo na cidade do Porto (2002-2013).....	325
Tabela 43. Oferta de <i>hostels</i> e taxa de resposta em Lisboa e Porto (ponderada).....	332

Tabela 44. Política tarifária.....	334
Tabela 45. Serviços e infraestruturas nos <i>hostels</i>	336
Tabela 46. Valorização dos serviços/infraestruturas pelos hóspedes.....	337
Tabela 47. Canais de distribuição e comunicação.....	338
Tabela 48. Sistema de reservas <i>online</i> utilizado.....	338
Tabela 49. Reservas por canal de distribuição.....	339
Tabela 50. <i>Market mix</i> do <i>hostel</i>	341
Tabela 51. Hóspedes vindos através das companhias aéreas de baixo custo.....	344
Tabela 52. Contributo das companhias aéreas de baixo custo para o desenvol- vimento do turismo nas cidades de Lisboa e Porto.....	344
Tabela 53. Fatores que contribuíram para o aparecimento dos <i>hostels</i>	345
Tabela 54. Criação de uma base operacional da <i>Ryanair</i> em Lisboa.....	346
Tabela 55. Criação de uma base operacional da <i>Ryanair</i> em Lisboa – impacto nos <i>hostels</i>	347
Tabela 56. Fatores negativos de ameaça para os estabelecimentos hoteleiros.....	349
Tabela 57. Fatores a ter em atenção na legislação do alojamento local.....	350
Tabela 58. Caracterização da amostra.....	351
Tabela 59. Meio de transporte utilizado pelos turistas (Lisboa).....	354
Tabela 60. Primeira visita à cidade.....	357
Tabela 61. Primeira visita à cidade (por nacionalidade).....	358
Tabela 62. Fatores na escolha da cidade.....	358
Tabela 63. Utilização dos <i>hostels</i> e razões de preferência (Lisboa).....	360
Tabela 64. Razões pela escolha deste <i>hostel</i> (em Lisboa ou Porto).....	361
Tabela 65. Tipologia do alojamento.....	362

Tabela 66. Tipo de bagagem utilizado na viagem.....	363
Tabela 67. Tipo de bagagem utilizado na viagem (Europa e restantes regiões).....	363
Tabela 68. Valorização dos atributos de serviços e infraestruturas num <i>hostel</i> (Lisboa).....	365
Tabela 69. Valorização dos atributos de serviços e infraestruturas num <i>hostel</i> (Porto).....	366
Tabela 70. Futura visita à(s) cidades(s).....	369
Tabela 71. Razões para a utilização das companhias aéreas de baixo custo.....	371
Tabela 72. Taxa de resposta da hotelaria nas cidades de Lisboa e Porto (ponderada).....	372
Tabela 73. Dormidas na unidade hoteleira com proveniência nas <i>low cost carriers</i>	374
Tabela 74. Importância das <i>low cost carriers</i> para o aparecimento dos <i>hostels</i>	375
Tabela 75. Fatores que contribuíram para o aparecimento dos <i>hostels</i>	375
Tabela 76. Contributo da criação de uma base operacional da <i>Ryanair</i> em Lisboa.....	376
Tabela 77. <i>Hostels</i> enquanto ameaça e concorrência aos estabelecimentos hoteleiros.....	378
Tabela 78. Fatores de concorrência (ou não) com os <i>hostels</i>	378
Tabela 79. Impacto dos <i>hostels</i> na taxa de ocupação hoteleira.....	379
Tabela 80. Saída das companhias aéreas de baixo custo do mercado.....	380
Tabela 81. Fatores para a melhoria da legislação do alojamento local.....	381
Tabela 82. Resumo das entrevistas (perguntas 1 a 3).....	384
Tabela 83. Resumo das entrevistas (perguntas 4 a 6).....	389
Tabela 84. Perguntas específicas do painel de especialistas.....	394
Tabela 85. Contributo das <i>LCCs</i> para o desenvolvimento do turismo – tabela de contingências.....	407
Tabela 86. Teste não paramétrico de <i>Kolmogorov-Smirnov</i> e <i>Shapiro-Wilk</i> , por cidade – <i>hostels</i> (aparecimento dos <i>hostels</i>).....	411
Tabela 87. Teste não paramétrico de <i>Mann-Whitney</i> , por cidade – <i>hostels</i>	

(aparecimento dos <i>hostels</i>).....	411
Tabela 88. Teste não paramétrico de <i>Mann-Whitney</i> , por cidade – hotelaria (aparecimento dos <i>hostels</i>).....	412
Tabela 89. Meio de transporte utilizado pelos turistas.....	414
Tabela 90. Teste não paramétrico de <i>Mann-Whitney</i> , por cidade – transporte utilizado.....	415
Tabela 91. Meio de transporte a utilizar em futura deslocação à cidade.....	416
Tabela 92. Teste de correlação de <i>Spearman</i> - transporte utilizado / idade.....	416
Tabela 93. Teste de correlação de <i>Spearman</i> – <i>LCCs</i> / rendimento / idade.....	417
Tabela 94. Caracterização da amostra – idade dos inquiridos (turistas dos <i>hostels</i>).....	418
Tabela 95. Teste não paramétrico de <i>Mann-Whitney</i> , por cidade – Idade.....	419
Tabela 96. <i>Rho</i> de <i>Spearman</i> – Idade.....	420
Tabela 97. Teste não paramétrico de <i>Mann-Whitney</i> , por cidade – ameaça dos <i>hostels</i>	423
Tabela 98. <i>Rho</i> de <i>Spearman</i> – Ameaça.....	423
Tabela 99. Teste não paramétrico de <i>Mann-Whitney</i> , por cidade – Alojamento.....	424
Tabela 100. Teste não Paramétrico de <i>Mann-Whitney</i> , por cidade – Canal de distribuição.....	425
Tabela 101. Teste não paramétrico de <i>Mann-Whitney</i> , por cidade – satisfação com o <i>hostel</i> e com a cidade.....	425
Tabela 102. Resumo das hipóteses de acordo com as abordagens de investigação.....	428

Índice de anexos

(Pág.)

Anexo 1. Propensão para viajar (2014).....	503
Anexo 2. Propensão para viajar (2034).....	504
Anexo 3. Liberdades do ar.....	505
Anexo 4. Indicadores em aviação comercial.....	508
Anexo 5. <i>Southwest Airlines</i>	509
Anexo 6. <i>Ryanair</i>	513
Anexo 7. Comparativo de vantagens de custos entre companhias <i>charter</i> e <i>LCCs</i>	519
Anexo 8. Evolução da entrada no mercado das companhias aéreas de baixo custo na Europa.....	520
Anexo 9. “Mortalidade” das companhias aéreas de baixo custo na Europa (até 2012).....	521
Anexo 10. Tendências dos viajantes no horizonte 2030.....	522
Anexo 11. <i>Hostels</i> em Lisboa.....	523
Anexo 12. <i>Hostels</i> no Porto.....	524
Anexo 13. Questionário aos <i>Hostels</i>	525
Anexo 14. <i>Market Survey – demand of hostels</i>	530
Anexo 15. Questionário junto dos estabelecimentos hoteleiros.....	535
Anexo 16. Impactos económicos das viagens.....	538
Anexo 17. Tipos de contribuição.....	539
Anexo 18. Evolução das chegadas de turistas internacionais por mercado.....	540
Anexo 19. Evolução das receitas de turistas internacionais por mercado.....	541
Anexo 20. Evolução das despesas de turistas internacionais por mercado.....	542

Anexo 21. A indústria do transporte aéreo e os seus impactos económicos.....	543
Anexo 22. Rentabilidade do Transporte Aéreo.....	544
Anexo 23. Receitas do turismo em Portugal.....	545
Anexo 24. Lucros líquidos das companhias aéreas de baixo custo – 2014.....	546
Anexo 25. Indicadores das companhias aéreas de baixo custo – 2013.....	547
Anexo 26. Lucros líquidos das companhias aéreas de baixo custo – 2013.....	548
Anexo 27. Oferta dos <i>hostels</i> por países.....	549
Anexo 28. Oferta dos <i>hostels</i> em Portugal.....	550
Anexo 29. Requisitos mínimos para a instalação de um <i>hostel</i>	551
Anexo 30. Casa de hóspedes Imperial.....	552
Anexo 31. Prémios ganhos pelos <i>hostels</i> portugueses.....	553
Anexo 32. Número de quartos por tipologia em Lisboa e Porto.....	555
Anexo 33. Procura no <i>hostel</i> por nacionalidade (%).....	556
Anexo 34. Idade média dos turistas.....	557
Anexo 35. Estada média dos turistas nos <i>hostels</i>	558
Anexo 36. Fatores positivos de ameaça para os estabelecimentos hoteleiros.....	559
Anexo 37. Impacto no turismo e hotelaria da saída das companhias aéreas de baixo custo.....	560
Anexo 38. Impacto nos <i>hostels</i> da saída das companhias aéreas de baixo custo.....	561
Anexo 39. Meio de transporte utilizado pelos turistas (Porto).....	562
Anexo 40. Gastos médios diários.....	563
Anexo 41. Percentagem de dormidas provenientes das <i>low cost carriers</i> por classificação da unidade hoteleira (Lisboa).....	564
Anexo 42. Percentagem de dormidas provenientes das <i>low cost carriers</i> por classificação	

da unidade hoteleira (Porto).....	565
Anexo 43. Perguntas específicas (7 a 10).....	566
Anexo 44. Perguntas específicas (11 a 14).....	568
Anexo 45. Perguntas específicas (15 a 18).....	570
Anexo 46. Perguntas específicas (19 a 22).....	571
Anexo 47. Perguntas específicas (23 a 25).....	572
Anexo 48. Teste de <i>Qui-Quadrado</i> de independência (Hip. 1).....	573
Anexo 49. Aparecimento dos <i>hostels</i> – Tabela de contingências (Hip. 2).....	574
Anexo 50. Teste de <i>Qui-Quadrado</i> de independência (Hip. 2).....	575
Anexo 51. Teste de <i>Qui-Quadrado</i> de independência (Hip. 3).....	576

Índice de entrevistas

	(Pág.)
Entrevista 1. Turismo de Portugal.....	579
Entrevista 2. Câmara Municipal do Porto.....	585
Entrevista 3. Associação de Turismo de Lisboa.....	591
Entrevista 4. Associação de Turismo do Porto.....	597
Entrevista 5. TAP Portugal.....	603
Entrevista 6. Aeroporto de Lisboa.....	609
Entrevista 7. Aeroporto do Porto.....	615
Entrevista 8. <i>EasyJet</i>	621
Entrevista 9. <i>Ryanair</i>	629
Entrevista 10. Confederação do Turismo Português.....	633
Entrevista 11. Associação de <i>Hostels</i> de Portugal.....	637
Entrevista 12. Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal.....	643
Entrevista 13. Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo.....	651
Entrevista 14. <i>Hostelworld</i>	657
Entrevista 15. Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo.....	661

Parte I – Introdução

1. Introdução

1.1. Tema, delimitação e âmbito da investigação

O lançamento pela Organização Mundial de Turismo (OMT), em outubro de 2012, de um relatório sob o título “*Global Report on Aviation - Responding to the needs of new tourism markets and destinations*” (United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2012a) evidencia que há muito que turismo e transportes andam associados. Nessa publicação, o secretário-geral da OMT deixa claro, nas suas palavras iniciais, a importância do transporte aéreo para o desenvolvimento do turismo, ao salientar que “*o extraordinário crescimento do turismo internacional nas últimas décadas – de 25 milhões de turistas em 1950 para os 990 milhões em 2011 – é principalmente devido aos desenvolvimentos no transporte aéreo, assim como, ao crescimento da riqueza nos países industrializados e emergentes e às forças da globalização. Mais de metade de todos os turistas internacionais chegam aos seus destinos pelo ar e a OMT prevê mais 23 milhões de turistas por ano a usarem os céus desde hoje até 2030*” (UNWTO, 2012a, p. 4).

Desde sempre a OMT enalteceu o papel que o transporte aéreo tem tido para o desenvolvimento do turismo, ao considerar que “*o transporte aéreo e o turismo são parte integrante de um mesmo âmbito de produção, tráfego e consumo (...)*”, sendo que considerava, já nessa data, que “*(...) o setor dos transportes e do turismo é difícil de definir e de medir, porque é uma amálgama de atividades que estão associadas com muitos outros setores industriais.*” (Wheatcroft & World Tourism Organization [WTO], 1994, p. 8).

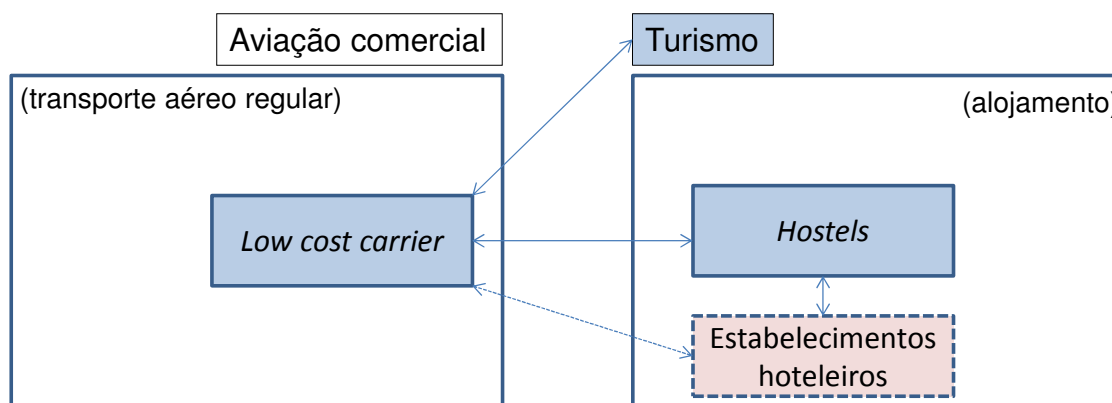
Mas como refere Lumsdon e Page (2004), investigadores em transportes focam-se em assuntos de transportes, enquanto investigadores em turismo focam-se em turismo e nunca, na maioria dos casos, se dá uma combinação de ambos (p. 347).

Ao se investigar a participação das companhias aéreas de baixo custo – *low cost carriers* – para o desenvolvimento dos *hostels*, pretende-se dar um contributo adicional nesta ligação entre transportes e turismo, neste caso, nas vertentes de transporte aéreo e alojamento, tradicionalmente conotadas com o fenómeno *low cost*.

O principal objetivo passará por caracterizar o setor do turismo (com particular incidência para os *hostels*) e o setor da aviação comercial (não só ao nível das

companhias aéreas de baixo custo mas nos vários modelos de negócio em transporte aéreo comercial), na conjugação destas duas vertentes, mas também pela importância que ambas representam para o desenvolvimento das economias mundiais, geração de emprego e mobilidade das populações.

Pretende-se, deste modo, responder à pergunta de partida que permita relacionar estes dois modelos de negócio, ou seja, saber se “**as companhias aéreas de baixo custo contribuíram para o desenvolvimento dos *hostels***”. Num sentido mais lato, importa primeiramente conhecer qual o contributo que estas companhias aéreas deram para o turismo e, num sentido mais restrito (onde incidirá a problemática de investigação), se esse contributo foi igualmente importante para os *hostels* (e, indiretamente, para outros modelos de alojamento que, no presente caso, serão os estabelecimentos hoteleiros).



Fonte: Elaboração própria

Fig. 1. Pergunta de partida – inter-relação de variáveis

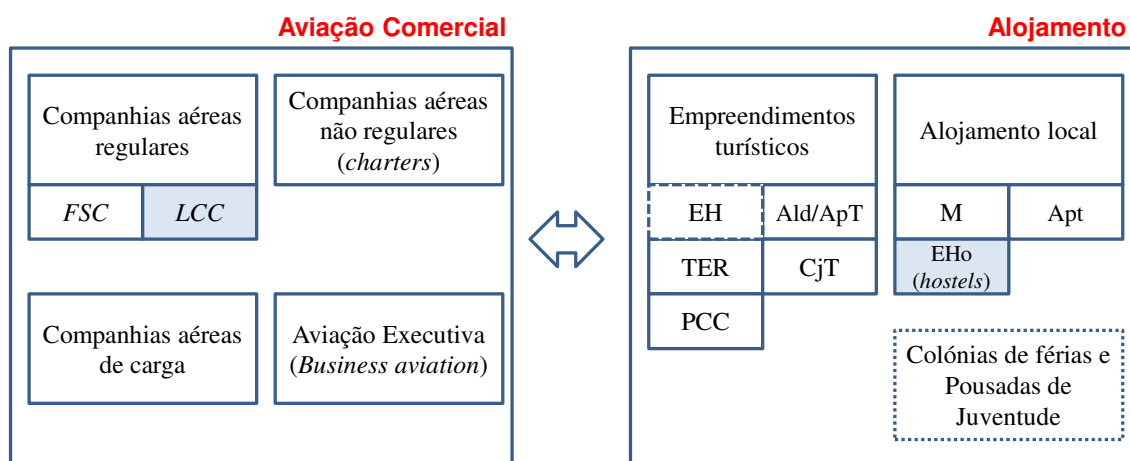
A área de atuação está, como se depreende da figura supra, focada na componente de alojamento, onde incidirão os instrumentos de observação (*hostels* e hotelaria). Embora idêntica ação junto das companhias aéreas de baixo custo ajudasse a uma melhor caracterização da motivação dos clientes nas suas deslocações turísticas, a diversidade de motivações e objetivos dos passageiros a bordo dos aviões, levaria a elevada dispersão de meios, não compatível com o que efetivamente se pretende investigar.

Em termos metodológicos, que será objeto de análise detalhada no capítulo 5, será tido em consideração, como base de trabalho, os procedimentos adotados por Quivy e Campenhouldt (2008) no seu *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, cujo roteiro assenta em três atos que englobam as várias etapas do procedimento científico: a rutura, rompendo com os preconceitos e as falsas evidências; a construção, como um quadro de

referência capaz de explicar a problemática em estudo; e, a verificação ou experimentação dos factos, com base na teoria construída e na confirmação ou rejeição das hipóteses formuladas.

Assim sendo, o percurso adotado ao longo desta investigação assentará, em grande medida, na estrutura metodológica proposta por Quivy e Campenhoudt (2008), consubstanciada nas sete etapas definidas e na interação, hierarquia e relação com os três atos do procedimento científico.

A figura seguinte visa delimitar o âmbito da investigação que, como se depreende, se encontra circunscrito a duas realidades bem definidas (companhias aéreas de baixo custo e *hostels*) e com relações a outros modelos de alojamento (os estabelecimentos hoteleiros, enquanto potenciais concorrentes, e as Pousadas de Juventude onde, além da concorrência, são o modelo de alojamento que está na génese dos próprios *hostels*).



Legenda: *FSC* – full service carriers; *LCC* – low cost carriers; *EH* – estabelecimentos hoteleiros; *Ald/ApT* – aldeamentos e apartamentos turísticos; *TER* – turismo no espaço rural; *CjT* – conjuntos turísticos; *PCC* – parque de campismo e caravanismo; *M* – moradias; *Apt* – apartamentos; *EHo* – estabelecimentos de hospedagem

Fonte: Elaboração própria

Fig. 2. Delimitação do campo de investigação

A esta delimitação junta-se igualmente os aspetos territoriais centrados nas cidades de Lisboa e Porto, como estudo de caso e aplicação dos aspetos conceptuais e metodológicos a ter em consideração ao longo desta investigação. Por outro lado, a sua relevância mostra-se acrescida, não só por se tratar de mercados recentes na operação das companhias aéreas de baixo custo (e em especial na criação das suas bases

operacionais), mas também enquanto destinos onde a oferta e o aparecimento dos *hostels* é mais recente, fruto de uma legislação também ela recente.

Deste modo, a atualidade do tema leva igualmente à necessidade de enquadramento de fontes de informação não científicas, mas importantes para situar a sua evolução ao longo do tempo e enquadrar opiniões e afirmações sobre a sua relevância e contextualização.

Quando se iniciou esta investigação não existia enquadramento legal dos *hostels* e muito menos a definição das suas características. Quando se iniciou esta investigação a *Ryanair* não voava para Lisboa (e muito menos se pensaria que viesse a criar uma base operacional) e a *easyJet* não tinha base operacional no Porto. Do mesmo modo, o modelo de obrigações de serviço público para os Açores não estava definido e, mesmo havendo expectativa para a abertura às *low cost* (tema recorrente ao longo dos últimos anos), não seria expectável a criação de uma base operacional da *Ryanair* em Ponta Delgada. Como tal, muito mudou desde o início da investigação.

Mesmo assim, existem aspetos metodológicos e de revisão bibliográfica que serão devidamente enquadrados e fundamentados. No que respeita ao transporte aéreo, a sua análise versará, exclusivamente, como se evidencia na figura anterior, sobre o transporte regular de passageiros nos vários modelos de negócio (excluindo, como tal, o negócio de carga e correio e a aviação executiva), com especial ênfase nas companhias aéreas de baixo custo. Essa situação não deixará de enquadrar os aspetos decorrentes dos processos de liberalização, sem os quais estas companhias aéreas teriam maiores dificuldades de sucesso no mercado da aviação comercial, assim como, a sua ligação ao mercado *charter*, muitas vezes considerado, em aspetos de negócio e de custos, como a génese das companhias aéreas de baixo custo.

Dada a importância e o reflexo nas companhias aéreas tradicionais, far-se-á igualmente uma comparação com esse modelo de negócio e sobre as atuais tendências entre as companhias aéreas de baixo custo e estas, naquilo que já é comum definir-se como a “*hibridização*” do transporte aéreo.

No que aos *hostels* diz respeito, não se pode deixar de referir que este é ainda um modelo de alojamento recente no contexto nacional, que vê as suas características definidas no Decreto-Lei n.º 63/2015 de 23 abril, embora em forte crescimento nas

principais cidades do país, regiões de praia, ou seja, onde exista uma forte presença de turismo jovem.

A caracterização deste modelo de alojamento em Lisboa e Porto, não só no lado da oferta mas também do lado da procura, permitirá um melhor conhecimento do perfil do hóspede e suas motivações, assim como do próprio produto a oferecer no mercado e seu posicionamento.

Do ponto de vista mais conceptual está-se, assim, perante uma investigação inovadora, numa área de contextualização relativamente pouco explorada, mas com forte desenvolvimento e alteração nos últimos anos e que, consequentemente, tem uma forte margem de progressão científica.

1.2. Objetivos

O principal objetivo desta investigação é o de contribuir para um melhor conhecimento da potencial relação entre aviação de baixo custo e um modelo de alojamento igualmente caracterizado de custo baixo, como são os *hostels*, investigação circunscrita e aplicada, em todo o caso, às cidades de Lisboa e Porto.

Assim sendo, alguns dos objetivos gerais inerentes ao tema visam:

- Efetuar uma revisão bibliográfica dos principais aspetos ligados à relação entre turismo e transporte aéreo, assim como, sobre o turismo jovem e a sua relação com o alojamento *hostel*;
- Caracterizar os modelos de negócio em aviação comercial e a sua relação e comparação entre si, dando especial ênfase às companhias aéreas de baixo custo;
- Enquadrar e relacionar os modelos de negócios de baixo custo quer ao nível das companhias aéreas quer do alojamento;
- Caracterizar os principais indicadores internacionais e sua evolução, relativos a turismo e transporte aéreo, assim como no contexto nacional;
- Avaliar o mercado das companhias aéreas de baixo custo nas cidades de Lisboa e Porto;
- Analisar o mercado do alojamento, com especial incidência para o alojamento local (onde se integram os *hostels*) nas cidades de Lisboa e Porto;
- Caracterizar o mercado dos *hostels* em Lisboa e Porto quer do lado da oferta quer da procura.

A avaliação dos conceitos inerentes à investigação, sustentados em inquéritos à oferta e procura nos *hostels* e complementados com um inquérito à hotelaria e entrevistas a um painel de especialistas, serão a principal base de atuação que permitirão testar os principais aspetos conceptuais e as hipotéticas interações entre variáveis, materializadas nas hipóteses de investigação a testar empiricamente. Pretende-se, assim, que essas hipóteses possam dar resposta e validar os aspetos mais conceptuais na relação entre companhias aéreas de baixo custo, turismo e *hostels* (e no contributo que possam dar para o desenvolvimento desta relação) e mais operacionais na sua aplicação aos casos de Lisboa e Porto.

Espera-se, deste modo, que a presente investigação possa contribuir para um melhor conhecimento e estudo das companhias aéreas de baixo custo em Portugal (onde alguma investigação tem surgido nos últimos anos) e, em menor escala, dos *hostels* turísticos, cujos primeiros trabalhos de investigação começam a surgir no mercado.

1.3. Fontes de investigação

Em termos gerais, a realização do trabalho, assentou nas seguintes fontes de informação que serviram de base à investigação:

- Análise documental com base em publicações científicas (livros técnicos, artigos, dissertações e teses), quer em formato papel quer em consultas a meios eletrónicos e digitais (*internet*);
- Análise documental com base em relatórios e informação técnica, seja em formato papel ou em meios eletrónicos e digitais;
- Análise documental de publicações não científicas, mas de reconhecido valor e rigor informativo, atendendo à necessidade de atualização permanente da informação, dada a operacionalidade do tema quer na vertente do transporte aéreo quer do alojamento local;
- Análise de dados estatísticos referentes ao turismo e aviação comercial, através da consulta dos principais indicadores disponíveis para o efeito, em especial junto da OMT, do *World Travel & Tourism Council* (WTTC), da *International Air Transport Association* (IATA) e da *International Civil Aviation Organisation* (ICAO), a nível internacional, e do Instituto Nacional de Estatística (INE), do Turismo de Portugal (TP), da Agência Nacional de Aviação

Civil (ANAC)¹ e da ANA Aeroportos de Portugal (ANA), para os casos nacionais;

- Elaboração de questionários junto dos proprietários dos *hostels* e dos seus clientes e da hotelaria, enquanto potencial setor concorrencial, além da recolha de informação *in loco* aquando do trabalho de campo;
- Realização de entrevistas a um painel de especialistas abrangendo contactos desde a aviação, entidades oficiais, associações e distribuição turística, entre outros.

Como já referido, o tema, pela sua originalidade, está pouco desenvolvido quer nos meios académicos quer na informação técnica disponível existente, especialmente em Portugal. Alguma da informação científica existente é escassa e recente, com algum contributo já dado pelo signatário na exploração e publicação de alguns trabalhos científicos sobre o tema e com algumas dissertações de mestrado já publicadas, com maior incidência sobre Lisboa. Outra informação disponível assume característica jornalística que ajuda, em todo o caso, a manter atual muitas das referências existentes, a que não será alheio a elevada atualidade que o mesmo representa.

1.4. Estrutura da investigação

O presente trabalho está dividido em seis partes e organizado em nove capítulos. As referências e citações bibliográficas seguirão as normas da *American Psychological Association* (APA), 6ª edição.

O primeiro capítulo visa, acima de tudo, uma introdução sumária do tema e delimitação do âmbito da pesquisa, tendo em atenção a questão de partida e o breve enquadramento metodológico proposto. Os principais objetivos e fontes utilizadas para levar a cabo, com sucesso, a presente investigação são igualmente apresentados de forma sucinta neste capítulo.

O segundo capítulo e os dois capítulos seguintes enquadram a fundamentação teórica de base à presente investigação. Será realizada uma revisão bibliográfica aos aspetos mais conceptuais, estratégicos e de abrangência mais alargada relativos ao tema “Turismo e

¹ ANAC que resulta da alteração do Instituto Nacional de Aviação Civil (INAC), cujos estatutos foram publicados pelo Decreto-Lei n.º 40/2015 de 16 de março.

Transportes”, sem se deixar de correlacionar a complementaridade existente entre estas duas variáveis. A parte final dará especial atenção ao futuro do turismo e do transporte aéreo.

O terceiro capítulo efetua uma revisão bibliográfica sobre a problemática *low cost* e em especial das companhias aéreas de baixo custo (*low cost carriers*), assim como aos modelos de negócio inerentes na aviação comercial (na ótica das companhias aéreas regulares), onde as companhias aéreas de baixo custo se posicionam. Pela sua importância para o desenvolvimento destas companhias aéreas será igualmente enquadrada a importância dos movimentos de liberalização do transporte aéreo empreendidos inicialmente nos Estados Unidos da América (E.U.A.) e, mais tarde, estendidos à Europa e a outras regiões do globo. Por último, far-se-á um enquadramento pelos desenvolvimentos mais recentes havidos neste modelo de negócio, ao nível da “*hibridização*” do negócio e uma avaliação das companhias aéreas de baixo custo de longo curso (*long haul low cost carriers*).

O quarto capítulo teve como principal preocupação efetuar uma revisão bibliográfica sobre as determinantes do turismo jovem e do modelo de alojamento *hostel*, dada a forte relação existente entre ambos, como se constatará. Pela importância dada a este tipo de turista, será igualmente feita uma abordagem à economia participativa (ou colaborativa) e ao seu impacto nos novos modelos de comercialização e de alojamento, com importância na presente investigação.

O quinto capítulo enquadra os aspetos metodológicos da presente investigação. Neste capítulo dar-se-á relevância à metodologia utilizada, tendo como base as três fases do procedimento científico (rutura, construção e verificação). Desde um enquadramento mais conceptual sobre as teorias do conhecimento e a multidisciplinaridade do turismo, o procedimento do método científico e a sistematização de um roteiro de investigação permitiu formular um método sequencial de abordagem às questões metodológicas de base.

Detalhar-se-ão os principais aspetos relacionados com a pergunta de partida, tendo em atenção a prévia definição dos objetivos da presente investigação e a sua articulação com o procedimento científico adotado. As hipóteses de investigação têm em atenção os objetivos delineados e assentes na pergunta de partida enunciada, de modo a dar

resposta às interrogações e formulações conceptuais que estiveram na base do modelo de investigação proposto.

Ter-se-ão igualmente em atenção os aspetos relacionados com a delimitação da amostra e as observações levadas a cabo junto da oferta dos *hostels*, da sua procura e também da hotelaria nas cidades de Lisboa e Porto (enquanto potenciais concorrentes), além da monitorização mais qualitativa através de entrevistas a um painel de especialistas. Atendendo a que a metodologia assenta em pressupostos e sistematizações previamente delineadas, será igualmente formulada uma avaliação crítica da mesma, enaltecendo algumas fragilidades sentidas aquando do lançamento dos processos de observação, da construção dos questionários e dos resultados práticos obtidos no terreno.

O sexto capítulo e seguinte enquadram o estudo empírico da investigação. Será feita uma análise aos principais indicadores de turismo, quer das chegadas de turistas internacionais quer das receitas geradas, assim como, ao nível do transporte aéreo, medidos, neste caso, pelos passageiros voados e rentabilidade do transporte aéreo. Do mesmo modo, incluiu-se igualmente neste capítulo idêntica análise aos principais indicadores em Portugal, quer de turismo quer de transporte aéreo.

Será igualmente efetuada uma caracterização e enquadramento estatístico sobre a evolução das companhias aéreas de baixo custo, ao nível do tráfego transportado e rentabilidade. Também neste capítulo se efetuará uma caracterização de alguns indicadores disponíveis quanto ao turismo jovem, *millennials* e oferta de alojamento *hostel*.

O sétimo capítulo assentará sobre a realidade nacional da temática em estudo, ao nível do mercado das companhias aéreas de baixo custo para as cidades de Lisboa e Porto e dos *hostels* nestas cidades. Será dada particular importância ao mercado existente e sua evolução, assim como de indicadores estatísticos disponíveis para ambas as realidades. Será igualmente feita uma caracterização dos principais trabalhos científicos efetuados sobre a realidade *hostel*, com especial atenção às cidades de Lisboa e Porto, assim como, um breve enquadramento das Pousadas de Juventude, como génese do turismo jovem em Portugal.

Do mesmo modo, efetuar-se-á uma breve caracterização do mercado do alojamento local em Espanha, pela sua proximidade geográfica, mas também pela sua importância como meio alternativo de alojamento e pela discussão que o mesmo tem gerado naquele país. Para uma melhor identificação do tipo de alojamento em causa será igualmente sinalizado o contributo dado para a reabilitação urbana nas cidades de Lisboa e Porto, em particular nas zonas da Baixa Lisboeta e Portuense.

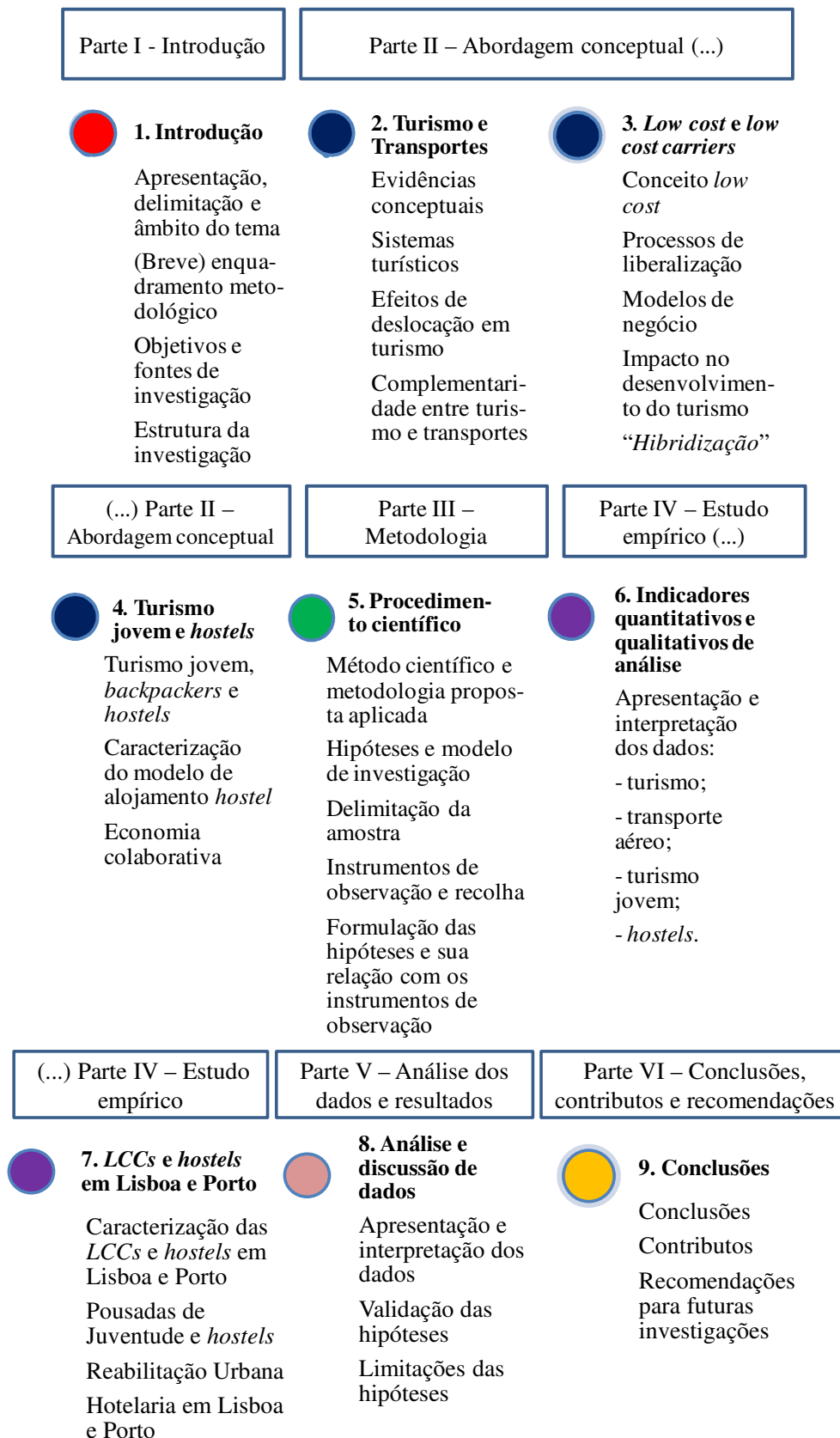
A concorrência à hotelaria “tradicional” levou igualmente a que se caracterizasse o comportamento de alguns indicadores ao nível da capacidade instalada e dormidas nos diferentes meios de alojamento nas cidades, relacionando-se esses dados, onde e quando possível, com o comportamento registado ao nível do movimento aeroportuário em Lisboa e Porto.

O oitavo capítulo dá resposta ao tratamento dos dados primários recolhidos através dos inquéritos e das entrevistas e sua adequação aos objetivos e às hipóteses de investigação formuladas, tendo em atenção a necessária compatibilização das fontes primárias, resultados apurados, sua integração e interligação e adequação aos objetivos delineados na investigação.

As várias fontes de informação, pela aplicação de diferentes instrumentos de observação, elevam a complexidade do seu tratamento e obrigam a uma seleção de informação relevante à investigação, assim como, dos testes estatísticos a empreender, em especial ao nível da relação e comportamento de ambas as cidades.

O nono (e último) capítulo apresenta as respetivas conclusões da investigação levada a efeito e seus contributos e abre novas portas de análise futura do tema, cuja riqueza está longe de se esgotar na presente investigação. Antes pelo contrário, que seja o ponto de partida para novas abordagens, novas investigações que ajudem a consolidar as conclusões da presente investigação e a gerar conhecimento adicional nestas temáticas ainda pouco exploradas.

A figura seguinte ajuda a visualizar, de forma mais objetiva, as diferentes fases do trabalho de investigação proposto:



Fonte: Elaboração própria

Fig. 3. Estrutura da investigação

Considera-se que a sistematização e o roteiro utilizado ao longo da presente investigação, balizado pelas reflexões e objetivos iniciais que levaram à formulação da pergunta de partida, sustentado nas hipóteses de investigação e modelo de investigação que irá ser formulado, permitirão obter respostas válidas e adequadas capazes de validar ou rejeitar as hipóteses definidas.

1.5. Conclusões do capítulo

A relação entre matérias de transportes e de turismo não tem sido investigada com a profundidade que estas naturezas mereciam, muito mais, pela importância, complementaridade e impactos que possuem entre si e, em especial, para o desenvolvimento e estudo do turismo.

Tendo como base de partida conhecer-se o contributo que as companhias aéreas de baixo custo possam ter para o desenvolvimento do turismo e, em particular dos *hostels*, pretende-se verificar a sua aplicação nos casos de Lisboa e Porto.

O presente capítulo e o esquema apresentado na estruturação da investigação (Fig. 3), visam, acima de tudo, enquadrar, de forma sucinta, os objetivos com a presente investigação, delimitar o seu campo de atuação e definir as restantes etapas do roteiro metodológico, que permita responder às hipóteses que venham a ser delineadas, contribuindo, deste modo, para o aprofundamento da investigação entre estas duas realidades.

Parte II – Abordagem conceptual

2. Turismo e transportes: evidências e referências conceituais

2.1. Introdução

O presente capítulo visa, acima de tudo, avaliar e evidenciar a relação e a importância existente entre os transportes, em particular o transporte aéreo, e o contributo que este tem dado para o desenvolvimento do turismo.

Para Lumsdon e Page (2004), como referido logo na introdução desta investigação, investigadores em transportes tendem a concentrar-se em assuntos de transportes, enquanto investigadores em turismo focam-se em turismo e nunca, na maioria dos casos, se dá uma combinação de ambos. Como mencionam os autores, *“talvez o turismo e transportes não sejam os “hot topics” do novo millennium para os investigadores em turismo, como o foram a sustentabilidade e ecoturismo nos anos 90”*.

Também Lohmann e Pearce (2012), embora num contexto entre transportes e desenvolvimento do turismo afirmam que os transportes são essencialmente ignorados (ou não expostos explicitamente ou em detalhe na literatura sobre turismo e transportes), concentrando-se as investigações nos destinos e seus desenvolvimentos internos, independentemente das ligações externas.

Partindo-se duma base conceptual, pretende-se igualmente enfatizar as principais correntes de investigação nesta relação, assim como, na complementaridade existente entre estas duas realidades.

Na parte final enquadrar-se-á o futuro do turismo e transporte aéreo ao nível dos principais indicadores e previsões da OMT, da IATA e das principais empresas construtoras de aviões que, neste último caso, embora representando limitações ao nível da cientificidade da informação são reconhecidas internacionalmente e referenciadas em inúmeros artigos da especialidade e autores de referência, como são os casos de Doganis (2010), Duval (2007) ou Page (2009).

2.2. Turismo e transportes – enquadramento conceptual

No relatório lançado pela Organização Mundial de Turismo (UNWTO, 2012a), já anteriormente referido, o Secretário-geral da OMT realça o crescimento do turismo internacional das últimas décadas e, acima de tudo, o crescimento esperado nos anos

futuros onde “(...) a OMT prevê mais 23 milhões de turistas por ano a usarem os céus desde hoje até 2030” (p. 4).

No entanto, desde sempre a OMT enalteceu o papel que o transporte aéreo tem tido para o desenvolvimento do turismo, ao considerar que “o transporte aéreo e o turismo são parte integrante de um mesmo âmbito de produção, tráfego e consumo (...)”, sendo que considerava, já nessa data, que “(...) o setor dos transportes e do turismo é difícil de definir e de medir, porque é uma amálgama de atividades que estão associadas com muitos outros setores económicos.” (Wheatcroft & WTO, 1994, p. 8).

Também Gee e Fayos-Sola (1997) reforçam que o setor das viagens e turismo é uma indústria multifacetada, com muitas componentes, incluindo a distribuição turística, transportes e infraestruturas, as instalações turísticas tais como, alojamento, estabelecimentos de restauração e os serviços de apoio. Veal (2006) introduz uma abordagem diferente ao considerar que a base da investigação em turismo assenta num leque diferenciado de disciplinas e paradigmas e na inter-relação entre estas.

Como mencionado em Abrantes (2012), o evento internacional *Routes*, como reunião profissional de negócios focada inteiramente no desenvolvimento de rotas para as companhias aéreas (em www.routesonline.com), é demonstrativo de como os tempos mudaram e da interligação existente entre companhias aéreas/aeroportos e entidades turísticas. Em 2000, não havia qualquer entidade de turismo presente no *Routes*. No entanto, na edição de 2011 do *Routes*, em Berlim (Alemanha), havia mais entidades de turismo a participar com os aeroportos como “*destination teams*” do que em qualquer evento anterior, na medida em que as autoridades de turismo e os aeroportos já perceberam da necessidade de levar mais visitantes para um determinado destino. (ASM, 2012b).

O 20º aniversário do *Routes*, ocorrido em Chicago (E.U.A), em setembro de 2014, representou um crescimento de 10% face ao evento de Las Vegas (E.U.A) realizado no ano anterior e onde todos os recordes tinham sido batidos. De acordo com o diretor do *Routes* (Katie Bland), mais de 3000 delegados de mais de 120 países, 300 companhias aéreas e mais de 1000 aeroportos (dos quais 92 pela primeira vez) estavam presentes neste evento mundial (Airline Business Daily@Routes, 2014). Jones (2014) descreve que o ano de 2014 foi um ano de recordes que espera se mantenha em 2015 e anos seguintes. No total, ao longo de 2014, foram realizados seis eventos (incluindo o *World*

Routes, o evento mundial) que contaram com um total de 630 companhias aéreas, 1500 aeroportos e 300 autoridades de turismo.

Assim sendo, a relação com a companhia aérea é agora aceite como o ponto de partida para o crescimento da capacidade de um destino e é também aceite que as organizações de turismo, como atores principais, devem assumir responsabilidades para o desenvolvimento de uma rota para um destino (ASM, 2012b, p. 17)².

Duval (2007) advoga que o crescimento dos sistemas de transportes, pela sua importância para o transporte de pessoas (e carga), cria sinergias com o crescimento do turismo e vice-versa, pelo aumento da acessibilidade a destinos turísticos e pela popularidade das férias nas economias ocidentais. Esse ponto é realçado pelo Secretário-Geral da OMT (Rifai, 2015) ao considerar que o “*crescimento do turismo tem sido marcado por uma significativa mudança de paradigma, à medida que o turismo se transforma rapidamente sob influência dos novos desenvolvimentos globais. Os comboios da Revolução Industrial foram substituídos por aviões, quando a indústria da aviação disparou.*”

Também Page e Connell (2006) salientam que, ao longo da história, as pessoas têm viajado por muitas diversas razões e que, por isso, o turismo é tão antigo quanto a atividade humana (p. 22).

Westlake e Robbins (2005) enumeram os vários fatores decisivos na escolha de um meio de transporte, como sendo, o tempo de transporte, a distância, a tipologia, o conforto, a segurança, os benefícios, o preço, a posição geográfica e a concorrência. Estes atributos têm contribuído para que, segundo os autores, alguns meios de transporte se tenham tornado, eles próprios, como elementos de atração turística, como é o caso, dos cruzeiros, dos comboios *Orient Express*, entre outros (do ponto de vista do transporte aéreo, também o avião supersónico *Concorde* terá atingido este estatuto, como o atingirá o projeto de turismo espacial da *Virgin Galactic*, embora

² Portugal viu revalidado o seu programa de captação de novas rotas/companhias aéreas (*Initiative.pt 2.0*), visando apoiar 50 rotas e 1,5 milhões de passageiros adicionais (Publituris, 2012). De acordo com o art. 6º do regulamento do programa *Initiative.pt 2.0*, o financiamento do programa é feito entre a ANA (50%), o Turismo de Portugal (TP) (30%) e as Entidades Regionais de Turismo (ERT) com 20%. O programa mantém-se ativo entre abril 2012 e outubro 2015 (ANA, 2012a).

momentaneamente suspenso após o acidente com a nave *SpaceShipTwo*, em novembro de 2014).

Hall (2005) afirma que os desenvolvimentos nos transportes têm um enorme impacto na mobilidade, motivação e procura, ou seja, impactos no modo como as pessoas viajam, sendo que, a introdução de novas tecnologias nos transportes teve consequências diretas no aumento da procura por viagens (Hall refere-se mais especificamente à introdução do avião com “cabine superior” que permitiu quase duplicar a capacidade oferecida face ao *Jumbo Jet*, numa referência ao atual *Airbus A380*).

Para Butler (1980), como citado em Duval (2007), existem cinco aspetos em que a inovação dos transportes teve impacto no turismo:

- ✓ Redução do tempo (de viagem);
- ✓ Redução do custo (financeiro);
- ✓ Aumento do conforto e segurança dos passageiros;
- ✓ Aumento da conveniência (aumento da conectividade dos destinos);
- ✓ Aumento da acessibilidade aos destinos (p. 10).

Duval (2007) reitera que as redes de exploração determinam fluxos e que esses fluxos justificam as redes, ou seja, o modo como uma companhia aérea oferece os seus voos para um determinado destino tem um importante papel para o desenvolvimento do turismo enquanto meio que possibilita o acesso e a conectividade necessárias para que esses turistas possam chegar a esses destinos.

Duval (2007), referindo-se a Kaul (1985, citado em Prideaux, 2000) enalteceu a formulação de alguns postulados sobre a ligação entre transportes e turismo, salientando que:

- Δ A evolução do turismo está grandemente influenciada por e é função do desenvolvimento dos meios de transporte;
- Δ O turismo é um fenómeno de massas, assim como uma atividade individual que precisa de transportes condizentes à sua categoria;
- Δ As facilidades de transportes são uma necessidade do turismo e ambos operam como um fator delimitador ou expansionista dos fluxos de tráfego, cuja

qualidade do tipo de turista pode depender da qualidade do meio de transporte oferecido;

- Δ O desenvolvimento, manutenção e operação planeada das infraestruturas de transportes, numa política de transportes que enquadre as necessidades tecnológicas e de procura atual e futura, são a chave para o sucesso do sistema de transportes e do seu contributo para o crescimento do turismo;
- Δ O preço e a diversidade da estrutura tarifária dos transportes influencia a elasticidade da procura, tal como, a competitividade leva a reduções tarifárias e aumentos da qualidade entre meios de transporte, com benefício para o turismo;
- Δ A integração de sistemas de transportes internacionais e domésticos e, paralelamente, a coordenação entre outros países, contribui para o aumento dos fluxos e o crescimento do turismo doméstico e internacional;
- Δ Os desenvolvimentos tecnológicos nos transportes devem exercer uma influência nos meios e padrões de transporte que resultem em sistemas de transporte mais eficientes, rápidos e seguros, beneficiando o crescimento e expansão do turismo;
- Δ O alojamento, como ingrediente essencial para o desenvolvimento e sucesso do turismo, deve manter níveis de crescimento que acompanhem a procura e expansão dos transportes;
- Δ O desenvolvimento das infraestruturas, a incorporação de novas tecnologias e a utilização de técnicas de *mass marketing* nos transportes terão um efeito direto no continuado crescimento futuro do turismo mundial.

Elamiri (2001) destaca o papel indutor do transporte aéreo no turismo, salientando que ambos têm tido um desenvolvimento paralelo na procura nos dois setores de atividade, embora, se tenha vindo a verificar um maior crescimento no transporte aéreo. Mesmo assim, enaltece a necessidade de criação de sinergias para promover um desenvolvimento turístico sustentável com base em desafios e soluções que potenciem os pontos fortes de ambos os setores.

Bieger e Wittmer (2006), além de considerarem quatro etapas distintas na relação entre transporte aéreo e turismo, advogam, no seu segmento de lazer, que a interdependência entre transporte aéreo e turismo é bastante forte, condicionando o seu estudo que deve ser considerado integrado (e não numa visão unilateral).

No entanto, olhando para muita da investigação recente em turismo e transportes, esta tem versado, com maior premência, nas problemáticas ambientais e de sustentabilidade, em grande parte, devido ao aumento do tráfego, maior pressão nos meios de transportes e infraestruturas e respetivos efeitos adversos. Como referem Goeldner e Ritchie (2012), alguns desses efeitos adversos têm a ver com os congestionamentos, com perdas de tempo e energéticas, em especial durante os períodos de maior procura; com segurança, garantindo que os meios de transporte sejam seguros para uso turístico; com o meio ambiente, não só pela capacidade de carga dos destinos como pelos efeitos daí decorrentes; e, com a sazonalidade, a saturação, a sobreutilização e o desequilíbrio dos destinos em determinadas épocas (p. 96).

Para Valente e Cury (2004) “(...) *as atividades do turismo e do transporte aéreo têm tido uma evolução muito próxima uma da outra. A história do turismo se funde à dos transportes, sendo que uma exerce relação de causa e efeito sobre a outra. Essa aproximação das atividades permite ampliar o conceito de empresa aérea como uma empresa turística (...)*” (p. 42), o que leva a que, segundo os autores, seja necessário uma reorganização de toda a cadeia de valor da atividade turística, onde os destinos turísticos, os transportes turísticos e os polos emissores de turistas estejam integrados numa “rede” de valores e objetivos comuns.

Globalmente verifica-se uma sintonia nas posições dos diferentes autores ao realçarem o papel fundamental que os transportes têm tido para o desenvolvimento do turismo, seja por razões de planeamento, temporalidade, económicas, tecnológicas e infraestruturais. Mesmo assim, os efeitos adversos relacionados com a utilização exaustiva dos meios e infraestruturas deixam alguns alertas para os congestionamentos, elevada capacidade de carga, efeitos ambientais e desequilíbrios nos destinos, não deixando de ser uma preocupação para outros investigadores.

2.3. Integração dos transportes nos sistemas turísticos

De acordo com Hall (2000), citado em Cooper e Hall (2008), um sistema é uma montagem ou combinação inter-relacionada de coisas ou elementos formando um todo unitário (p. 6). Também Cunha e Abrantes (2013), com base no estudo desenvolvido por Gross, em 1965, apontam várias características a ter em atenção num sistema turístico: a) ser um sistema humano, espacial e temporal; b) ser um sistema aberto e, como tal, recebendo influências externas e interagindo entre elas; c) ser um sistema com

conflitos e cooperações internas-externas; d) ser um sistema composto por vários subsistemas; e, e) ser um sistema com perda de controlo e de coordenação dos seus vários elementos constitutivos (p. 102).

Getz (1986) agrupou mais de 150 modelos turísticos, muitos deles na base da inter-relação entre turismo e transportes. Embora numa perspetiva mais virada para o planeamento de destinos, também Dredge (1999) enumerou os principais modelos relacionados com as regiões de destino, onde, muitos deles, evidenciam a componente da viagem ou dos transportes e a sua relação espacial evolutiva. A esse nível, Miossec (1976), citado em Afrodita (2012), descreve a evolução estrutural no tempo e espaço das regiões turísticas, identificando cinco fases (desde o isolamento da área até à sua saturação). Para cada uma das fases, os sistemas de transportes têm um papel a desempenhar, passando da quase inexistência de uma rede de transportes (isolamento da área) até a um sistema diversificado e denso de ligações (na fase de saturação do destino). No entanto, a maior preocupação neste modelo reside nos aspetos de planeamento futuro esquecendo o papel que os transportes podem dar em cada umas dessas fases.

Scarpino (2010) refere que as fundações teóricas dos sistemas de turismo terão tido a sua origem com Wolfe (1964) e Leiper (1981,1990), autores que, como advoga, tiveram a coragem, nesse tempo, de pensar que turismo era mais de que uma simples “indústria”. Como menciona Gunn (1994), citado em Scarpino (2010), “*turismo é um sistema de componentes numa relação estreita e interdependente*”.

Beni (2000) tem dado um grande contributo na caracterização dos sistemas turísticos, em particular, ao adotar como base, a “*Teoria Geral de Sistemas*”, salientando que cada variável, num sistema (aberto), interage com as outras variáveis (e com o seu meio ambiente) de forma tão completa que causa e efeito não podem ser separados. Para Beni (2000) “*(...) a atividade do turismo surge em razão da existência prévia do fenómeno turístico, que é um processo cuja ocorrência exige a interação simultânea de vários sistemas que se somam para levar ao efeito final (...)*”, ou seja, salientando a dinâmica e interação que deve existir entre as funções turísticas, quer do lado da oferta quer da procura.

Assim, considera que as atividades básicas do turismo podem ser definidas sob os aspetos de deslocação e estada onde as empresas aéreas e de superfície são as que se encarregam da movimentação dos passageiros e a empresa hoteleira ou extra-hoteleira é a que dá suporte básico para a estada (Beni, 2000, p. 17). Valente e Cury (2004) consideram, deste modo, reforçando o entendimento de Beni, que a empresa aérea assume um papel de empresa turística ao prestar um serviço de “*deslocamento*” do turista (p. 34).

Também Palhares (2002, citado em Valente & Cury, 2004) argumenta que, para os responsáveis de uma empresa aérea, o desconhecimento da importância do turismo para o setor dos transportes aéreos pode limitar a sua análise, levando-os a olhar apenas para as necessidades de transporte. Essa situação, ao desconsiderar o impacto direto e indireto que essa decisão pode ter no desenvolvimento de infraestruturas pode ser lesiva para o crescimento de outras atividades, onde se insere particularmente o comércio e o turismo.

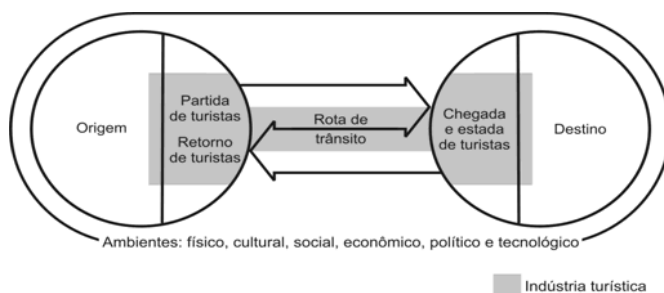
Page (2009) considera que o turismo combina um leque alargado de atividades económicas e serviços desenhados para ir ao encontro das necessidades dos turistas (p. 7). Destaca, ainda, o papel que os transportes devem ter num setor do turismo mais abrangente e o seu contributo para o desenvolvimento do próprio turismo, já que os transportes garantem as ligações essenciais entre a origem e o destino e facilitam a movimentação dos turistas, dos homens de negócios, na visita a familiares e amigos (VFA) e aos que se deslocam por motivos de educação ou saúde.

Lamb e Davidson (1996, citados em Page, 2009) defendem que os transportes, o produto turístico e o mercado turístico são as componentes fundamentais do turismo, salientando que, sem transportes, muitas das formas de turismo poderiam não existir.

Apesar de algumas críticas, o modelo de Beni, tem servido de base a uma pluralidade de modelos de sistemas turísticos, que ajudam na caracterização, organização e estruturação da atividade turística, facilitando a sua compreensão e interação entre as suas várias componentes.

É neste quadro que se integra também o sistema apresentado por Leiper (1990), descrito em Pender (2005), cuja simplicidade e flexibilidade de aplicação tem sido salientado por outros autores, que realça a deslocação de pessoas (*departing and returning travellers*) assente em três noções de base, como sejam:

- ϕ Os turistas, enquanto atores do sistema e naquilo que o turismo representa;
- ϕ Os elementos geográficos, compostos pela região geradora (mercado gerador como motivador da viagem – procura), a região destino (mercado recetor como razão de ser da viagem – oferta) e a região de trânsito (distância origem – destino); e,
- ϕ A indústria do turismo, composta pelas organizações e atividades essenciais à criação e desenvolvimento do produto turístico (p. 7).



Fonte: Leiper (2002), retirado de Santos (2007)

Fig. 4. Sistema turístico de Leiper

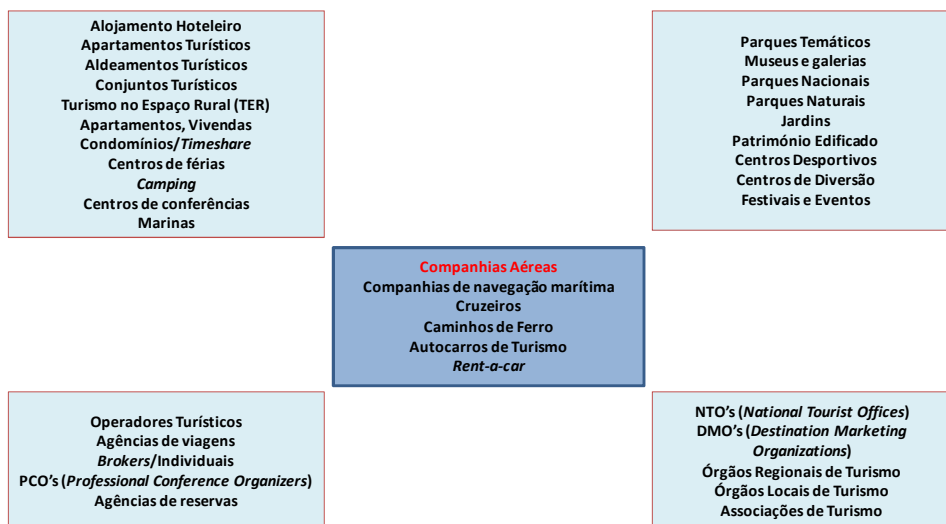
Segundo Leiper, os elementos em si estão interligados espacial e funcionalmente, como sistema aberto interagindo entre si, sendo a indústria do turismo um conjunto de todas as empresas, organizações e estruturas cujo objetivo é servir as necessidades e anseios dos turistas. Para Santos (2007), o setor dos transportes está amplamente representado na região da “*rota de trânsito*”.

Cooper e Hall (2008) consideram, além da região de origem, a zona de trânsito e a região de destino, também o meio ambiente (*environment*) que dá cobertura aos três elementos já identificados.

Também Britton (1991), citado e adaptado em Cornelissen (2005), coloca em evidência o sistema de produção turística, incluindo, além dos organismos regulatórios, os consumidores, os produtores (onde se incluem os transportes) e o produto turístico (com

especial relevo para os voos e outros transportes). Como menciona, o turismo global abrange diversos mercados baseados na troca entre produtores e consumidores.

Middleton, Fayal, Morgan e Ranchhod (2009) apontam cinco setores principais na indústria das viagens e turismo, ao nível do alojamento, das atrações, dos organizadores de viagens, dos promotores e organizadores dos destinos e, não menos importante, dos transportes (p. 11).

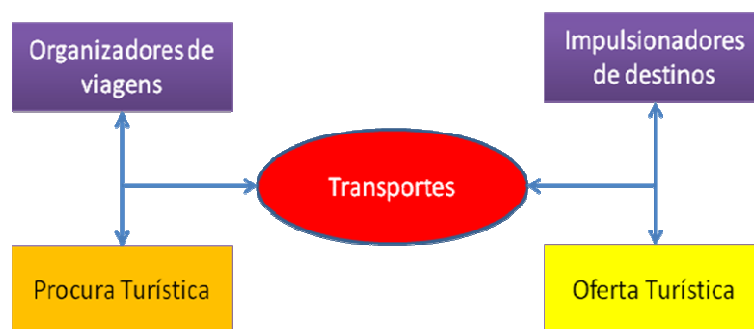


Fonte: Elaboração própria através de Middleton *et al.* (2009)

Fig. 5. Os cinco setores principais de viagens e turismo

Ao colocar na parte central do seu esquema os transportes, os autores estão implicitamente a salientar o papel fundamental que os transportes têm no seio do sistema turístico, como meio catalizador e distribuidor de tráfego e as motivações geradoras de atratividade dos destinos, tendo-se, por um lado, a oferta turística (quer na componente de alojamento quer na vertente de animação turística) e, por outro lado, os “criadores” de produto (operadores turísticos, entre outros) e os seus dinamizadores, apostados na promoção dos destinos a nível nacional, regional ou local.

A conjugação de interesses, não só da procura e oferta turística, mas também os restantes elementos capazes de contribuir decisivamente para o desenvolvimento do turismo, como sejam, os organizadores de turismo (no fundo, os operadores turísticos e demais entidades responsáveis pela criação de produto) e também os impulsionadores de destinos (as entidades oficiais que criam condições à promoção e à atratividade desses destinos nos mercados), colocam em destaque a importância dos transportes enquanto meio facilitador e agregador dos vários setores definidos (Abrantes, 2010).



Fonte: Adaptado de Middleton *et al.* (2009). Retirado de Abrantes (2010)

Fig. 6. O papel dos transportes nas dinâmicas entre a oferta e a procura turística

Também o sistema de turismo proposto por Mill e Morrison (1985), assente em quatro pilares (mercado – viagens – destinos turísticos – *marketing*), mesmo que muito vocacionado para o mercado e para os destinos turísticos, não deixa de colocar os transportes como parte integrante das viagens (*“a description and analysis of major travel segments, travel flows, and modes of transportation used”*).

Van Doren (1969) enaltece o contributo dado por Wolfe (1964) no desenvolvimento de um sistema recreacional de turismo, muito baseado nas deslocações turísticas em transporte terrestre na região de Ontário, Canadá. De acordo com o autor, *“Wolfe has maintained a prolific output of recreational research with an increasing concentration on spatial interconnections and predictive techniques in order to assist decisions in the planning process.”* (Van Doren, 1969, p. 13).

Debbage (2005) reconhece a importância do transporte aéreo para o desenvolvimento do turismo, em especial, numa escala internacional onde fatores como o tempo, o custo e a acessibilidade são preponderantes. Considera que é o elemento aglutinador entre a procura turística (origem) e a oferta turística (destino).

Taneja (2005) enaltece a ligação que tem de existir entre companhias aéreas, mercado e clientes para o que considera o *“optimal business design for market clusters and target segments”* (p. 49), salientando o papel existente entre *marketplace*, segmentação e competências, ou seja, as companhias aéreas deverão desenvolver as suas competências em linha com o potencial de determinados segmentos de mercado e desenvolver e desenhar negócios diferenciados que sirvam esses segmentos de forma rentável. Não basta as companhias aéreas desenharem a sua rede de exploração se, para as rotas

apresentadas, não existir procura e oferta turística que lhes dê sustentabilidade de tráfego e a necessária rentabilidade das operações programadas.

Também Lopes (2010) veio considerar que *“o turismo é uma actividade que conjuga um conjunto de serviços prestados através de produtos tangíveis e intangíveis e uma plêiade de agentes económicos, sociais e culturais com implicações muito vastas no conjunto da sociedade, já que envolve, não só unidades de alojamento (hotéis, motéis, estalagens, pousadas, etc..), unidades de alimentação (restaurantes, cafés, pastelarias), transportadoras (companhias de aviação, de navegação, ferroviárias, de rent-a-cars, ou de autocarros), mas também um conjunto de indústrias e serviços no âmbito cultural, paisagístico, ambiental, de animação, de comércio, de promoção, de estudos, de infra-estruturas, de administração pública, etc., que conduzem ao conceito de constelação”* (pp. 9-10).

Para além do que caracteriza como *“novo turista”*³, Lopes (2010) salienta o *“triângulo estratégico do turismo”* assente nas tecnologias, nos transportes e no novo turista, cujo cruzamento permanente levará a uma modificação estrutural do setor do turismo, alterando por completo a sua cadeia de valor acrescentado. Na sua aplicação aos transportes, o autor enaltece o papel que as novas tecnologias têm na redução dos custos da operação, onde modelos de negócio de *“custos baixos”* (numa verdadeira alusão às companhias aéreas de baixo custo) irão alterar muitos dos processos de desenvolvimento do setor.

Mesmo tratando-se de um estudo direcionado para o mercado português, Lopes (2010) considera a importância do setor do turismo como principal destinatário dos utilizadores do transporte aéreo, salientando que as decisões políticas relativas ao transporte aéreo deverão estar totalmente articuladas com as necessidades do setor do turismo, para que

³ Lopes (2010) considera *“novo turista”* como *“(…) um “multi indivíduo” mais informado, mais exigente, mais sofisticado, domina a Internet e as tecnologias de informação e comunicação, com maior disponibilidade financeira, valoriza a individualidade, a oferta da diversidade e da autenticidade bem como de experiências únicas/personalizadas, enfim, não consome o que lhe oferecem, procura incessantemente o que quer, e aquilo que quer tem de ser único e autêntico.”* (p. 89). Conceito desenvolvido inicialmente por Poon (1994) em função dos avanços da tecnologia, das preferências do consumidor, da evolução dos processos de produção e da gestão, com impactos diretos na qualidade, flexibilidade, *“costumização”*, inovação, integração e enquadramento (ao nível da desregulamentação, proteção do consumidor e preocupações ambientais, entre outras).

as suas sinergias possam ser potenciadas e maximizadas (p. 81). Mesmo assim, Brilha (2007) reconheceu que não existia uma Política Nacional de Turismo e de Transportes, sem convergência de estratégias, apesar do reconhecimento generalizado do contributo positivo dos transportes aéreos para o turismo em Portugal.

Independentemente da escala nacional ou mundial existe uma convergência de orientações quanto ao papel dos transportes nas dinâmicas entre a oferta e a procura turística, suportada pelos elementos de ligação e interação entre ambos, como reconhecido por autores como Cooper e Hall (2008), Leiper (1990), Lopes (2010) ou Mill e Morisson (1985). Também o contributo dado por Beni (2000) e reforçado por Valente e Cury (2004), aposta num sistema aberto onde a empresa aérea é crítica para a movimentação de pessoas, enfatizando os efeitos decorrentes da deslocação ou viagem.

A relação e a interdependência das várias componentes elevam a importância do turismo, realçando a função de deslocação de pessoas, a temporalidade e a acessibilidade, como partes integrantes da multidisciplinaridade que é o turismo e dos seus contributos ao nível das ciências humanas e sociais.

2.4. O reconhecimento dos efeitos de deslocação no turismo

Se olharmos para as definições técnicas de turismo ao longo do tempo, circunscritas aos trabalhos da Sociedade das Nações e, mais recentemente, pela OMT, não será difícil verificar que os transportes – medidos pelos efeitos de deslocação – estão nelas representados.

Conforme citado em Jayapalan (2001), a Sociedade das Nações, definiu, em 1937 (mais tarde reconfirmada pelas Nações Unidas, em 1945), mesmo que para efeitos estatísticos, turista como *“any person visiting a country, other than that in which he usually resides for a period of at least 24 hours”*. De acordo com Jayapalan (2001), seriam considerados turistas, de acordo com a definição supra: a) pessoas viajando em lazer, por razões de saúde, etc.; b) pessoas viajando para reuniões ou por outras razões (científicas, administrativas, diplomáticas, religiosas, desportivas, etc.); c) pessoas viajando por motivos de negócios; e, d) pessoas chegando em viagens de cruzeiro, mesmo ficando menos de 24 horas.

No âmbito do Conselho Económico e Social das Nações Unidas, reunido em abril de 1962 para a sua 33ª sessão, foi adotado, por unanimidade, realizar no ano seguinte, uma

conferência mundial sobre turismo. O Conselho adotou, igualmente por unanimidade, uma resolução onde sublinhava *“l’importance que représente les voyages internationaux pour promouvoir la compréhension et les relations culturelles entre les pays, favoriser le commerce et encourager le développement économique, en particulier dans les pays en voie de développement.”* (World Travel-Tourisme Mondial, 1962, p. 3).

Na primeira Conferência das Nações Unidas sobre Turismo e Viagens, realizada em Roma (Itália), em 1963, foram introduzidas novas definições para *visitor*, *tourist* e *excursionist* (conforme proposta da *International Union of Official Travel Organizations* – IUOTO – mais tarde transformada em Organização Mundial de Turismo), definições que foram adotadas a partir de 1968, após aprovação da *United Nations Statistical Commission* (WTO, 1995). Assim, a definição de visitante, sempre para fins estatísticos, descrevia a pessoa que visita um país que não seja o da sua residência, por qualquer motivo, e que nele não venha a exercer ocupação remunerada, sendo que a grande diferença nos critérios de distinção entre turista e excursionista, se resumia ao período de visita (superior ou inferior a vinte e quatro horas).

Na conferência foi ainda reconhecida a *“promordial importância”* dos transportes (públicos ou privados) como elemento crucial ao desenvolvimento do turismo, considerando-se que a redução das tarifas, assim como a introdução da classe turística ou económica nos transportes aéreos e marítimos, eram essenciais para a continuidade do crescimento do turismo (World Travel-Tourisme Mondial, 1963).

Como refere Theobald (2005), só em 1994, no âmbito da Conferência de Otava (Canadá), organizada sob a égide da Organização das Nações Unidas (ONU), em 1991, se encontra uma nova definição para turismo que *“compreende as atividades das pessoas durante as suas viagens e estadas fora do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano e tendo por base fins de lazer, de negócios ou outros”*.

Por último, em 2008, as Nações Unidas (United Nations, 2010a) reviu as *Recommendations on Tourism Statistics de 1994*, adotando as *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, visando uma melhor compreensão e sistematização da recolha e compilação das estatísticas de turismo entre os vários países (o anexo I do novo documento da OMT faz uma rápida comparação das principais

diferenças introduzidas por esta nova metodologia face à anterior proposta de 1994). De acordo com o documento citado, turismo é definido, no seu ponto 2.9., como “*A visitor is a traveller taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited. These trips taken by visitors qualify as tourism trips. Tourism refers to the activity of visitors.*” (p. 10).

Mais do que as definições de *per se*, constata-se, em todas elas, a importância da deslocação, o que pressupõe a utilização de transportes. Aliás, a *Standard classification of modes of transport* apresentada pela *UN International Recommendations for Tourism Statistics 2008* (United Nations, 2010a, p. 28) categoriza todos e quaisquer modos de deslocação, incluindo, como último meio, o transporte a pé (“*on foot*”).

Se, em 1937, se colocava a tónica na visita de outro país, as mais recentes definições são mais objetivas ao categorizar o visitante como um viajante que realiza uma viagem (*taking a trip to*) para um destino fora do seu ambiente usual (“*Tourism is a social, cultural and economic phenomenon related to the movement of people to places outside their usual place of residence*” – United Nations, 2010a, p. 1).

São muitas as definições de autores onde a tónica da deslocação, até por inerência da própria definição da OMT, se encontra devidamente espelhada, destacando-se, neste caso, a definição de Cunha e Abrantes (2013) ao considerarem turismo como “*o conjunto de atividades desenvolvidas pelos visitantes em razão das suas deslocações, as atrações e os meios que as originam, as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades e os fenómenos resultantes de umas e de outras.*” (p. 17).

Do mesmo modo que as várias definições colocam em destaque o papel dos transportes, também a Conta Satélite do Turismo (CST) reflete essa importância. De acordo com Meis (1999), citado em Cunha (2013), a CST é uma ferramenta que permite medir a atividade económica gerada pelo turismo num país, tendo por base a procura de bens e serviços e os meios produtivos necessários à sua satisfação.

Tal como aconteceu com as *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, a Comissão de Estatísticas das Nações Unidas aprovou, em 2008, em conjunto com a OMT, o documento *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological*

Framework 2008 onde deixa claro que “*the purpose of a Tourism Satellite Account is to analyse in detail all the aspects of demand of goods and services associated with the activity of visitors; to observe the operational interface with the supply of such goods and services within the economy; and to describe how this supply interacts with other economic activities*” (United Nations, 2010b, p. iii).

De acordo com Silva (2009), da ligação entre a procura (visitantes que adquirem bens e serviços turísticos) e a oferta (produtos colocados à disposição pelos produtores de bens e serviços), podemos caracterizar os produtos específicos, que constituem o foco da atividade turística, os produtos conexos (bens e serviços alvo de procura turística) e os produtos não específicos, que não estão diretamente relacionados com o turismo, mas podem ser alvo do consumo turístico.

A figura seguinte reflete a organização da Conta Satélite do Turismo, com especial relevância para o serviço de transporte de viajantes, no contributo dado para a dinâmica das restantes naturezas que lhe estão direta ou indiretamente associadas, como são os casos mais importantes do alojamento, da restauração e dos serviços de distribuição turística (agências de viagens e operadores turísticos):

Descrição	Código da CCP	Código da CITI (rev.3) da actividade principal
Hotéis e outros serviços de alojamento	631	551
Serviços de residências secundárias por conta própria ou gratuita		
Serviços de restauração (alimentação e bebidas)	632, 633	552
Serviços de transporte de viajantes		
➤ Ferroviários interurbanos	64111	6010
➤ Rodoviários	6421, 6422	6021, 6022
➤ Marítimos	6511, 6521	6110, 6120
➤ Aéreos	661	621
Serviços conexos aos transportes	674, 675, 676, 677	6303
Serviços das agências de viagens, dos operadores turísticos e dos guias turísticos	678	6304
Serviços das agências de viagens	67811	
➤ Serviços dos operadores turísticos	67812	
➤ Serviços de informação turística e de guias turísticos	67813, 67820	
Leasing ou aluguer de serviços de transporte sem condutor	7311	7111
Serviços culturais	962, 964	9214, 9232, 9233
Serviços recreativos e outros serviços de lazer	965, 969	9241, 9219, 9249

CCP – Classificação Central dos Produtos (Nações Unidas)

CITI – Classificação Internacional de Ramos de Actividade (Nações Unidas)

Fonte: OMT (1999b)

Fonte: Retirado de Silva (2009, p. 53)

Fig. 7. Conta Satélite do Turismo

Dados recolhidos junto do INE (s.d.) relativos ao ano de 2008 (últimos dados disponíveis), evidenciam que o transporte de passageiros – onde o transporte aéreo é responsável por 67,8% do valor total – liderou no consumo dos diferentes produtos (em especial ao nível dos produtos específicos, onde se incluem igualmente o alojamento e a restauração e bebidas). Em termos globais, os transportes de passageiros são responsáveis por 3,83 mil milhões de euros de consumo turístico (2,55 mil milhões imputados diretamente ao transporte aéreo), seguidos de perto pela restauração e bebidas (3,77 mil milhões de euros) e alojamento (3,69 mil milhões de euros) num total de consumo turístico, para o ano de 2008, na ordem dos 15,8 mil milhões de euros.

Projeções efetuadas para 2010 apontavam para um crescimento do consumo turístico, rondando os 16 mil milhões de euros, retomando os níveis de crescimento anteriores à queda verificada em 2009 (Turismo de Portugal, 2011):

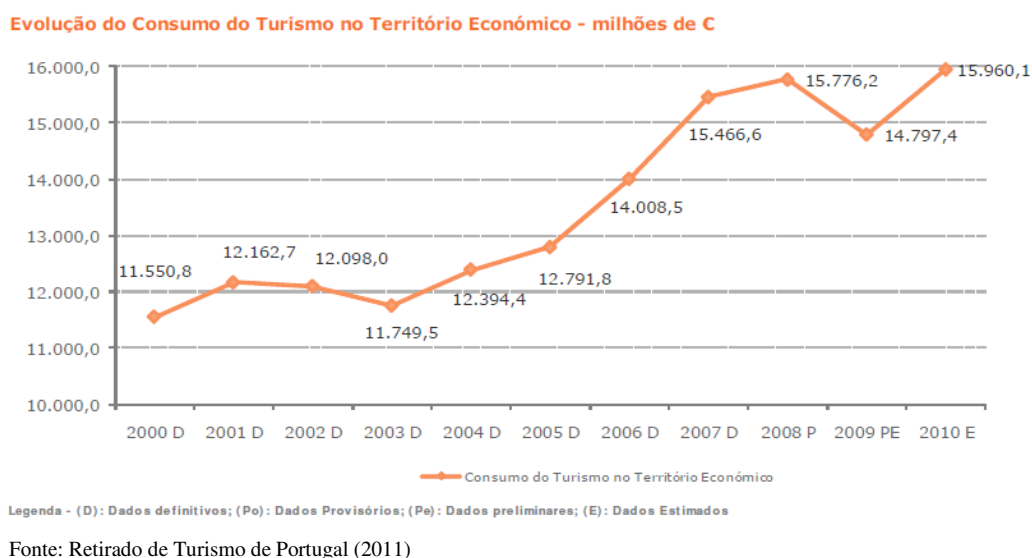


Fig. 8. Evolução do Consumo do Turismo – Conta Satélite do Turismo (2000-2010)

Como anunciado pelo Presidente do Turismo de Portugal, a CST irá ser retomada visando “*afirmar o turismo*” e “*estimular a procura turística*”, ao mesmo tempo que irão ser reativados os inquéritos nos movimentos nas fronteiras (Barradas, 2015).

Deste modo, e apesar da quebra verificada na série estatística, a implementação de métodos e processos que permitam acompanhar os movimentos da procura, com reflexos positivos na contabilização dos consumos turísticos efetuados será uma mais-valia para um melhor conhecimento da realidade turística nacional. Por outro lado, esta será uma excelente oportunidade para a inclusão do alojamento local (AL) na CST, do

qual os *hostels* são parte integrante, reforçando o peso da conta relativa a “hotéis e outros meios de alojamento”.

2.5. Complementaridade entre turismo e transporte aéreo

Como analisado no ponto anterior, em especial, nestes últimos aspetos mais conceptuais no âmbito da OMT – definições e CST –, pretende-se neste ponto, até para melhor se evidenciar a complementaridade existente entre transporte aéreo e turismo, estabelecer uma comparação direta entre essas duas realidades.

Assim, comparando as chegadas internacionais de turistas e os passageiros pagantes voados (*Revenue Passenger Kilometres – RPKs*), de 1996 até 2014 (previsão), podemos constatar que existe uma adequação de valores ao longo dos anos, com uma tendência bem delineada entre ambos os indicadores. A correlação (r) efetuada é de 0,873, o que evidencia uma forte relação positiva entre estas duas variáveis.



Fonte: Elaboração própria a partir de ICAO e IATA (Transporte Aéreo) e OMT (Turismo). F - Forecast

Fig. 9. Evolução dos *RPKs* e das chegadas de turistas internacionais

Esta situação vem ao encontro de estudos anteriormente efetuados onde o tráfego internacional de passageiros e os movimentos turísticos têm crescido a taxas similares nos últimos 20 anos (Wheatcroft & WTO, 1994, p. 8).

Também o Air Transport Action Group [ATAG] (2012) considera que o transporte aéreo é indispensável para o turismo, sendo o principal motor para o crescimento global, facilitando as trocas comerciais e aumentando a conectividade dos países, a produtividade, o investimento e a inovação.

Os transportes aéreos são, aliás, desde 2002, o principal meio de transporte utilizado nas chegadas de turistas internacionais, sendo que, a partir de 2008, concentram mais de 50% das chegadas em todos os meios de transporte, o que, evidencia a importância que o transporte aéreo tem para o desenvolvimento do turismo e que, pelos estudos existentes e declarações do próprio secretário-geral da OMT, se manterá ao longo dos anos.

Tabela 1

Chegadas de turistas internacionais por meio de transporte

Meio de Transporte (%)	1990	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014*
Aéreo	38,5%	42,9%	45,3%	51,0%	51,0%	52,0%	53,0%	54,0%
Terrestre	47,3%	44,1%	42,9%	41,0%	41,0%	40,0%	40,0%	39,0%
Ferroviário	6,3%	4,8%	4,1%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
Marítimo	7,6%	7,9%	7,3%	6,0%	6,0%	6,0%	5,0%	5,0%
Não especificado	0,3%	0,3%	0,4%	-	-	-	-	-
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração própria a partir dos relatórios da OMT

A evolução ao longo dos anos permite reforçar o papel que o transporte aéreo tem tido para o desenvolvimento do turismo, passando dos 38,5% em 1990 para os 42,9% em 2000 e os 54% em 2014 (dados provisórios). Tendo em atenção a previsão da OMT para o horizonte 2030 (UNWTO, 2011b), conforme consubstanciado na Figura 11 na página 38, verifica-se que as chegadas dos turistas internacionais por avião atingirão, nesse ano, os 52%, ou seja, valor já ultrapassado em 2013 e reforçado em 2014, naquele que foi o melhor resultado de sempre.

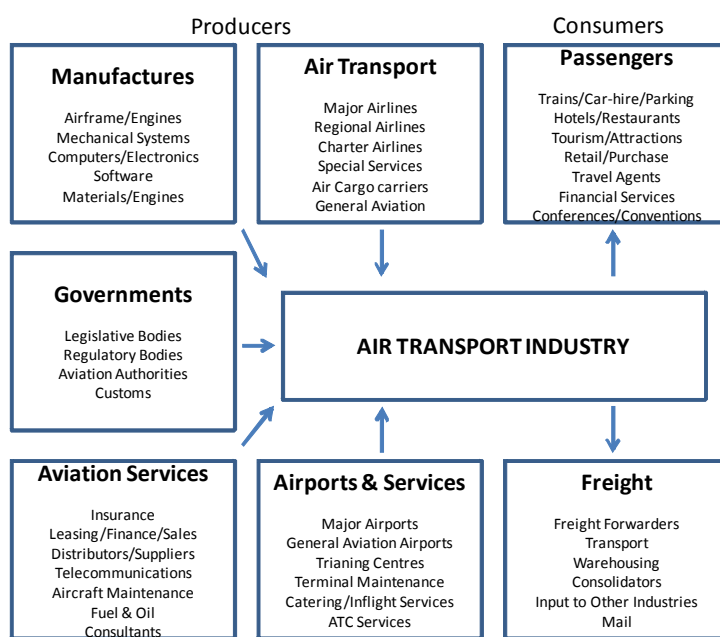
Para Debbage (2005), a era do jato e o aparecimento de aviões maiores (*wide-bodies*, em particular do *Boeing 747 Jumbo Jet*), a par com o aparecimento dos operadores turísticos, contribuíram decisivamente para o desenvolvimento turístico de algumas regiões internacionais.

Theobald (2005) considera igualmente que o “*turismo cresceu significativamente desde a criação da indústria da aviação comercial e do aparecimento dos aviões a jato nos anos 50*”. Também Holloway e Tait (2006) se referem ao aparecimento dos aviões *wide-bodied* (*Boeing 747*) que levaram à quebra dos custos unitários e ao aumento do número de lugares a preços mais baixos, o que teve implicações no crescimento e desenvolvimento do turismo (p. 52).

Para os autores supracitados, o menor tempo de viagem, o menor custo por passageiro (devido à maior capacidade dos aviões) e uma programação em volume, permitindo

sinergias na negociação, foram das razões que levaram ao crescimento do turismo internacional para determinadas regiões turísticas, em especial para o Sul da Europa e para a Flórida, nos E.U.A..

ATAG (2000) evidencia igualmente a importância da indústria do transporte aéreo, não só do ponto de vista da produção (produtores de aviões, empresas financiadoras, infraestruturas e os respetivos operadores – companhias aéreas independentemente do seu negócio regular internacional, regional, *charter* ou de carga, entre outros –), como também pelo importante papel dos Governos (na regulamentação do setor) e dos prestadores de serviços no apoio à operação (combustíveis, *handling*, *catering*, etc.). No entanto, o ATAG não esquece igualmente os consumidores, com especial relevância para os passageiros e seus impactos diretos para o desenvolvimento integrado do sistema de turismo e seus principais *players* de negócio.



Fonte: ATAG (2000, p. 7). Retirado de Abrantes (2010)

Fig. 10. A indústria do Transporte Aéreo

Apesar da vastidão da realidade da indústria do transporte aéreo, nas suas diferentes valências, a presente investigação delimita a sua atuação, como referido no capítulo inicial, à problemática das companhias aéreas de baixo custo. Os dados evidenciados anteriormente referem-se ao mercado global, numa caracterização por meio de transporte, sem fazerem referência à sua categorização dentro do transporte aéreo. Dados existentes ao nível das companhias aéreas ou suas associações representativas

respeitam a passageiros voados, denominação não coincidente com a de turista, o que pode trazer fragilidades metodológicas às conclusões a reter.

No entanto, a forte complementaridade entre transporte aéreo e turismo, evidenciada pela correlação atrás obtida, numa série longa entre 1996 e 2014, permite atenuar algumas dessas reservas metodológicas, uma vez que a um desenvolvimento do transporte aéreo tem correspondido tradicionalmente um crescimento no turismo internacional.

2.6. Turismo e transporte aéreo – que futuro?

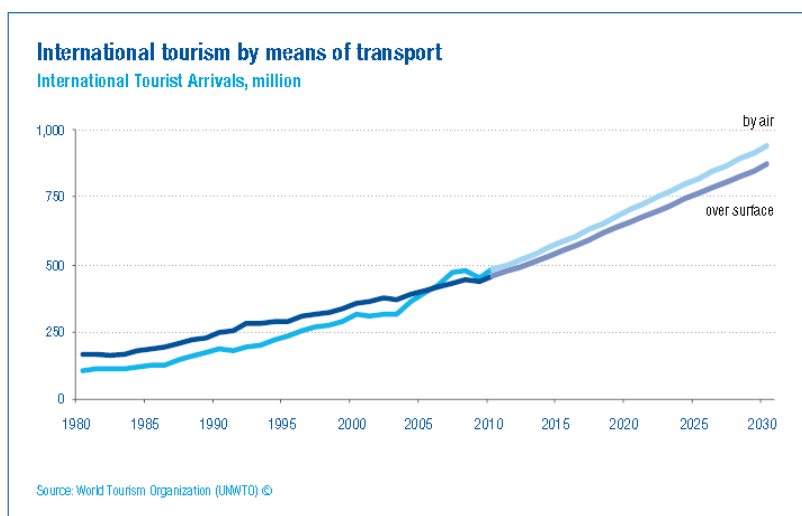
Os pontos anteriores permitiram caracterizar e fundamentar a relação direta existente entre transporte aéreo e turismo, algo que, a OMT tem claro há largos anos ao considerar que *“o transporte aéreo e o turismo são parte integrante de um mesmo âmbito de produção, tráfego e consumo (...)”* (Wheatcroft & WTO, 1994, p. 8) e que, quer as definições de turismo quer a CST, são disso prova cabal.

Jordan (2012) enfatiza, no seu artigo sobre “Turismo, Aviação e a OMT” que *“(...) tendo em consideração o contributo crítico do transporte aéreo para as chegadas internacionais de turistas e a simbiose entre transporte aéreo e turismo (...) que a um nível mais global, a OMT e a ICAO e outras entidades – nomeadamente o WTTC e IATA – têm vindo a trabalhar para aumentar a coordenação entre transporte aéreo e turismo.”* (p. 13). O objetivo visa posicionar as viagens e turismo coletivamente como uma indústria estratégica, com o transporte aéreo a ter um papel chave nesta interligação, como porta-voz em matérias como liberalização, segurança e facilitação, alterações climáticas, impactos económicos e taxas.

A análise no ponto anterior permitiu relacionar, de forma direta, o tráfego transportado pelas companhias aéreas, medido pelos *RPKs* e chegadas de turistas internacionais e onde é visível esse papel de motor de desenvolvimento da aviação comercial no turismo. O seu comportamento permite evidenciar que maiores níveis de crescimento do transporte aéreo alavancam crescimento no turismo mas, em sentido contrário, momentos de retração no transporte aéreo criam maiores dificuldades nas chegadas de turistas internacionais.

O objetivo deste ponto de análise, é permitir elencar e analisar alguns dos documentos publicados pela OMT e pela IATA na relação direta entre turismo e transportes. Também as empresas construtoras de aviões ou de motores, com as limitações científicas já enumeradas, como são o caso da *Airbus*, *Boeing*, *Embraer*, *Bombardier* ou *Rolls-Royce*, que anualmente fazem as suas projeções de longo prazo, ajudarão a caracterizar esta relação direta entre transporte aéreo e turismo (embora, como se compreende, o principal objetivo destes relatórios seja mostrar a necessidade de novos aviões, mais eficientes e com melhor “range”, de modo a sensibilizar as companhias aéreas para frota adicional ou substituição de frota atual).

O relatório da OMT (UNWTO, 2011b) para o horizonte 2030, atualizando o anterior *Tourism Vision 2020* (UNWTO, 2001) aponta para que, nessa data, o número de turistas internacionais atinja os 1,8 mil milhões, ou seja, que 5 milhões de turistas por dia ultrapassarão fronteiras, independentemente do motivo da sua viagem (UNWTO, 2011b, p. 5).



Fonte: Retirado de UNWTO (2011b)

Fig. 11. Chegadas de turistas internacionais por meio de transporte (1980-2030)

Estas previsões agora elaboradas mostram-se, contudo, menos otimistas que as apresentadas no anterior relatório de 2020, com níveis de crescimento médio anual de 3,3% entre 2010-2030, em comparação com os 3,9% anteriormente apresentados para o período entre 1995-2020 (e que levaria a valores de turistas internacionais na ordem dos 1,56 mil milhões em 2020).

Mesmo assim, o transporte aéreo, fruto de taxas de crescimento na ordem dos 1,1% entre 2010 e 2030, continuará a liderar as preferências de transporte dos turistas internacionais, com 52% das chegadas de turistas internacionais em 2030 (p. 39), valor, como já referido, ultrapassado em 2013 e reforçado em 2014 (54%).

A tabela seguinte evidencia o comportamento das chegadas de turistas internacionais por região, entre 1980 e 2030, com as quotas de mercado, por destino, nos anos indicados.

Tabela 2
Turismo internacional por região de destino (1980-2030)

Regiões	1980		1990	2000	2010	2020	2030	
	Valor	%	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	%
África	7,2	2,6	14,8	26,5	50,3	85	134	7,4
América	62,3	22,5	92,8	128,2	149,7	199	248	13,7
Ásia e Pacífico	22,8	8,2	55,8	110,1	204,0	355	535	29,6
Europa	177,3	64,1	261,5	385,1	475,3	620	744	41,1
Médio Oriente	7,1	2,6	9,6	24,1	60,9	101	149	8,2
Mundo	276,7	100	434,5	674,0	940,2	1.360	1.810	100

Fonte: Elaboração própria a partir de UNWTO (2011b)

Como se pode verificar, ao longo dos anos, os destinos tradicionais, como são o caso das Américas (embora mais confinado à América do Norte) e Europa, têm vindo a perder a sua hegemonia em detrimento de novas realidades turísticas, como é o caso da região da Ásia e Pacífico ou do Médio Oriente.

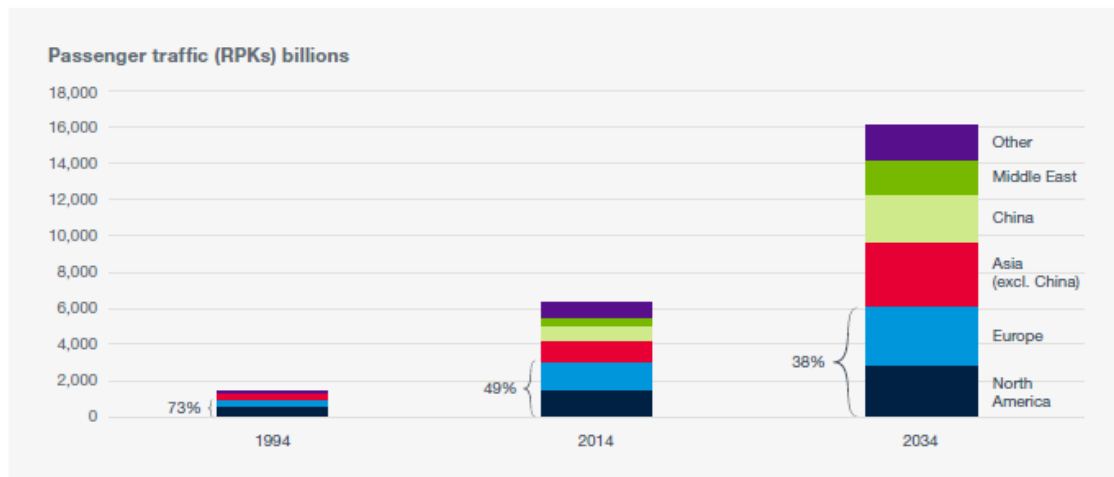
No caso das Américas, com uma quota de mercado de 22,5% em 1980, vê o seu peso reduzir-se em quase 10 pontos percentuais (13,7%), sendo que a Europa, apesar de se manter o principal destino internacional, vê perder a sua importância ao longo dos anos, à medida que novos destinos se vão afirmando (a Europa representava 64,1% de todas as chegadas internacionais em 1980, passando para os 41,1% em 2030).

Esta análise está em consonância com as previsões da construtora de aviões Boeing (2015), que, como espelhado na figura seguinte, evidencia, de forma clara, a perda de importância da Europa e América do Norte no transporte aéreo mundial, com as novas economias emergentes a ressurgirem no panorama internacional.

Não deixa de ser importante salientar que, no relatório da Boeing (2010), com dados relativos a 2009, o peso da Europa e América do Norte eram, para esse ano, de 58%, sendo, na previsão para 2029, dessas mesmas regiões, de 45%. Do mesmo modo, o

relatório da *Boeing* com dados para 2012 (Boeing, 2013) mostrava um peso da Europa e América do Norte nos 52%. Em 3 anos, a Europa e América do Norte viram a sua importância reduzir-se em 6 pontos percentuais.

Air travel becoming more diverse geographically



Fonte: Retirado de Boeing (2015)

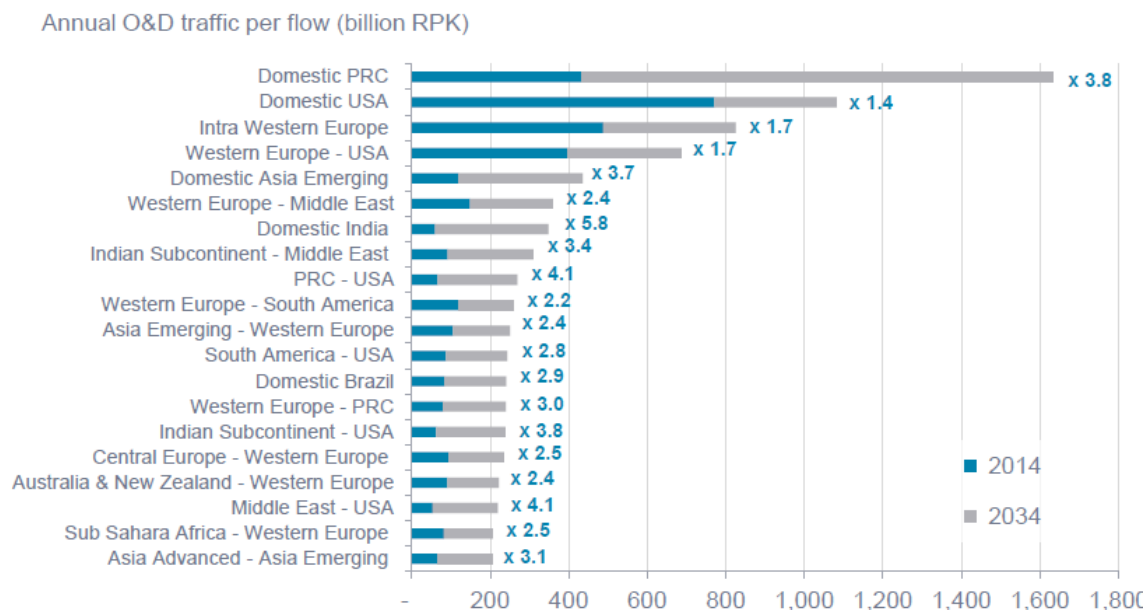
Fig. 12. Tráfego aéreo mundial por região (1994-2034)

O ano de 2014 veio confirmar essa tendência de afirmação das economias emergentes, com o peso das economias mais maduras da Europa e América do Norte a representarem, pela primeira vez, menos de 50% do tráfego mundial.

Esta análise sai reforçada quando se olha para os principais destinos mundiais, sendo que, em 2020, a China assumir-se-á como o principal mercado internacional. Nesse ano, a China atingirá os 130 milhões de chegadas de turistas internacionais, com a França (principal destino de turistas internacionais ao longo dos anos) a registar os 106,1 milhões de turistas internacionais.

Para tal, muito contribuirá igualmente o aumento da propensão a viajar dos mercados emergentes. Se, em 2014, 25% da população dos mercados emergentes fez uma viagem de avião (Anexo 1), esse valor subirá para os 74% em 2034 (Anexo 2) (Airbus, 2015).

Mais uma vez, a conjugação de estatísticas de transporte aéreo, ao nível dos relatórios da Airbus (2013; 2014; 2015), mostram como, em 2033, a China ultrapassará os E.U.A. em termos de tráfego transportado, com o mercado doméstico da China a assumir-se como o principal mercado aéreo mundial, ultrapassando os mercados domésticos dos E.U.A. e intra-europeu.



Fonte: Retirado de Airbus (2015)

Fig. 13. Tráfego aéreo mundial por região/destino (2015-2034)

Não deixa de ser importante referir que no relatório de 2009 (Airbus, 2009), com dados relativos ao horizonte 2009-2028, o mercado doméstico da Índia aparecia, nessa altura, colocado na décima posição, tendo, em 6 anos, subido para o 7º maior mercado mundial em termos de transporte aéreo, sendo, como se constata na figura anterior, o mercado que mais crescerá (5,8 vezes). O mercado doméstico do Brasil volta a perder importância, passando da décima para a décima segunda posição, depois de já ter ocupado o oitavo lugar em 2012 (Airbus, 2012). Esta situação evidencia a volatilidade da informação estatística e enaltece a importância do comportamento económico dos mercados no seu posicionamento socioeconómico internacional.

Muitos dos dados acima mencionados, como analisados em Abrantes (2012), vêm ao encontro das preocupações enumeradas pela IATA, quando, em junho de 2010, Bisignani (2010), na altura CEO da IATA, anunciou e lançou o programa “Visão 2050 – construindo o futuro da aviação”, assente em quatro pilares de mudança (International Air Transport Association [IATA], 2011):

- 1) Rentabilidade – a “*hiper fragmentação*” do mercado, com 1061 companhias de aviação, como consequência de um sistema bilateral que ainda regula a indústria do transporte aéreo mundial e as restrições ao nível do capital que não permitem

- às companhias aéreas ser mais eficientes e atingir resultados positivos mais sólidos para financiar o crescimento e a inovação;
- 2) Infraestruturas – reestruturação da infraestrutura aérea ao nível dos aeroportos e da gestão do tráfego aéreo (*Air Navigation Service Providers – ANSP*), com especial incidência na Europa (na construção do *Single European Sky – SES*);
 - 3) Potenciar a indústria – procurando-se soluções alternativas ao petróleo, seja ao nível dos biocombustíveis ou de outros recursos energéticos e onde os Governos deverão oferecer um maior apoio ao desenvolvimento e à produção dessas alternativas;
 - 4) Cliente – chegar aos 16 mil milhões de passageiros e 400 milhões de toneladas de carga, obrigando a uma solução estratégica e harmoniosa que integre todas as partes da cadeia de valor – aeroportos, navegação aérea, fabricantes (de aviões) e governos.

Aliás, o documento *IATA Vision 2050* considera que, neste último pilar, só o desenvolvimento do mercado doméstico da China e Índia, permitirá contribuir decisivamente para os valores anunciados. Também Webster e Ivanov (2015) realçam a importância dos BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China) e dos PINE (Filipinas – em inglês Philippines –, Indonésia, Nigéria e Etiópia) como um dos “*geopolitical drivers*”, quer no desenvolvimento do turismo interno, *outbound tourism* (motivado pela crescente classe média) e ligações histórico-culturais (enaltecendo igualmente, entre outras, as ligações entre Portugal e o Brasil).

Os dados supra indicados, ao nível das previsões da Airbus (2015) mostram que, pelo esperado crescimento desses mercados e aumento da propensão à viagem, como mencionado anteriormente, se estará em consonância com o esperado desenvolvimento de fluxos de tráfego, com impacto direto no desenvolvimento turístico.

Tal como para a *Airbus*, dados da Boeing (2014, 2015), apontam para as seguintes previsões para o período entre 2014-2034 (entre parêntesis os dados do relatório da *Boeing* de 2013, para o período 2013-2033), denotando um ligeiro arrefecimento do panorama económico mundial. Mesmo assim, o número de passageiros voados mantém-se acima dos restantes indicadores de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) ou das necessidades de aviões:

- Crescimento da economia mundial (PIB) – 3,1% (3,2%);

- Crescimento das frotas de aviões – 4,0% (4,2%)
- Crescimento do tráfego de passageiros (*RPKs*) – 4,9% (5,0%)

Também um estudo efetuado pela IATA (2015b) sobre potenciais constrangimentos decorrentes da capacidade aeroportuária na Europa Comunitária a 28 Membros, no horizonte 2035 (com base no relatório do ATAG, 2014), aponta para um contributo para o turismo, nesse ano, de 235 mil milhões de euros (178 mil milhões de euros em 2012), ou seja, um crescimento superior a 32% nesse período. Mais importante, a IATA considera que esses constrangimentos na capacidade aeroportuária irão ter impacto no tráfego transportado com um em cada dez das pessoas que pretendem viajar a não conseguí-lo por razões operacionais, situação que implicará uma perda direta no contributo para o PIB turístico estimado em 24 mil milhões de euros.

Se é certo que existe, do ponto de vista de mercado um alinhamento entre as prioridades de turismo (ao nível da OMT) e o seu reconhecimento pelos principais *players* do transporte aéreo internacional, seja ao nível mais institucional (IATA, ICAO), das empresas construtoras de aviões (*Airbus*, *Boeing*) e, indiretamente, das companhias aéreas enquanto motivadoras dos fluxos aéreos, denota-se igualmente uma vontade conjugada no desenvolvimento de relações institucionais entre turismo e aviação, dada a importância que ambas representam para o desenvolvimento dos fluxos de passageiros e de turistas em todo o mundo.

É neste contexto que, em março de 2013, no seguimento do *Memorandum of Co-operation* assinado em 2010, a ICAO e a OMT decidiram estreitar os esforços de colaboração entre si, com vista à construção de um futuro mais sustentável do ponto de vista social, ambiental e económico (os três pilares da definição de sustentabilidade das Nações Unidas), posicionando o transporte aéreo e o turismo como setores estrategicamente interligados que beneficiam a sociedade global que ambos servem (International Civil Aviation Organization [ICAO], 2013).

O mesmo entendimento foi expresso nas conclusões na conferência entre a OMT e os ministros do turismo, no *World Travel Market*, em novembro de 2013, apelando-se a uma mais estreita coordenação entre turismo e políticas de aviação, visando o aumento das ligações aéreas e o crescimento sustentável do setor do turismo e do transporte aéreo (UNWTO, 2013).

Em junho de 2014, a OMT e a IATA assinaram um *Memorandum of Understanding (MOU)* no sentido de promoverem a competitividade e sustentabilidade do desenvolvimento do turismo, com particular foco no transporte aéreo. Deste modo, a IATA irá dar maior atenção à inovação em *marketing* e ao desenvolvimento de produtos com o objetivo de aumentar a conectividade e a acessibilidade ao transporte promovido pelas companhias aéreas, agentes de viagens e outras empresas do setor do turismo e viagens (UNWTO, 2014b).

Dentro deste espírito de cooperação, o relatório da OMT relacionado com a conectividade aérea e o seu impacto no turismo na região da Ásia e Pacífico (UNWTO, 2014a) analisa as maiores oportunidades e desafios que se colocam ao turismo e transporte aéreo, nomeadamente ao nível da facilitação de vistos e nos procedimentos de imigração e fronteiras; dos impostos e outras taxas; da regulação económica e conectividade aérea; da redução de emissão de gases de estufa; e, na convergência de regras de proteção dos viajantes e prestadores de serviços turísticos (com exceção da emissão de gases com efeitos de estufa, com maior ou menor relação direta, todos as restantes oportunidades e desafios faziam já parte das recomendações da primeira conferência mundial de turismo, realizada em Roma, Itália, em 1963).

Do mesmo modo, a *Global Travel Association Coalition (GTAC)*, formalmente lançada em 2012 e integrando membros como a IATA, a ICAO, a UNWTO, o WTTC, o *World Economic Forum (WEF)*, a *Airports Council International (ACI)*, a *Cruise Line International Association (CLIA)* e a *Pacific Asia Travel Association (PATA)*, aprovou em Madrid, no âmbito do *World Travel & Tourism Council Global Summit*, em abril de 2015, um manifesto sobre “*Powering Travel & Tourism into the Next Decade: An Agenda for Growth and Development*” visando promover uma melhor compreensão sobre o papel das viagens e do turismo como um “*driver*” para o crescimento económico, emprego e desenvolvimento sustentado (UNWTO, 2015a).

As prioridades elencadas pela GTAC, numa “*aproximação coordenada com os governos e setor privado*” apontam para quatro vetores ao nível:

- ✓ da facilitação da viagem, em especial na mobilidade transfronteiriça, vistos, controlo de entrada nos diferentes territórios e uso de tecnologias que permitam, sem descurar a segurança, maior acessibilidade, rapidez e eficiência nos processos;

- ✓ do desenvolvimento de infraestruturas, em especial ao nível da conectividade e capacidade, incluindo ligações intermodais, com parcerias público-privadas e cooperação entre governos e setor privado;
- ✓ da sustentabilidade ambiental, assegurando-se um equilíbrio entre as necessidades das pessoas, preservação do planeta e lucros, numa coordenação entre setores que aponte para a inovação, legislação adequada e soluções que assegurem a sustentabilidade do setor e minimizem impactos ambientais e sociais;
- ✓ dos investimentos no capital humano, com apostas na qualificação e capacitação dos empregos no turismo, no desenvolvimento de oportunidades e carreiras através de uma coordenação alargada entre governos, indústria e o setor da educação, na partilha de conhecimento e desenvolvimento de programas de formação que enalteçam a durabilidade das oportunidades criadas e a mais-valia gerada pelo papel das viagens e turismo.

Como mostram os elementos disponibilizados acima, estamos perante um cenário consolidado de crescimento do transporte aéreo e do turismo nas próximas décadas. No entanto, mais importante é o compromisso das principais entidades e organizações internacionais, seja a nível governamental, institucional ou profissional, no reconhecimento da importância destas realidades, dos seus constrangimentos e, em especial, das suas potencialidades futuras em prol do desenvolvimento do transporte aéreo e do turismo mundial.

2.7. Conclusões do capítulo

Turismo e transportes têm andado, desde sempre, associados, como evidencia a pesquisa efetuada e os indicadores obtidos. E assim se manterá, como tudo indica, num futuro próximo.

A evolução dos transportes, em especial no transporte aéreo, com aviões mais rápidos, com maior capacidade e percorrendo maiores distâncias permitiu aproximar regiões e aumentar as suas acessibilidades, reduzir o tempo de viagem e do custo associado à mesma e aumentar o volume de passageiros (leia-se turistas) transportados. Aliás, os indicadores disponibilizados pela OMT, ao nível das chegadas de turistas

internacionais, por meio de transporte, evidenciam essa tendência crescente da utilização do transporte aéreo, com resultados crescentes ano após ano.

Como refere Duval (2007), mas corroborado por outros autores (Elamiri, 2001; Gee & Fayos-Sola, 1997; Hall, 2005; Page & Connell, 2006), a evolução do turismo está grandemente influenciada pelo desenvolvimento dos meios de transporte, sendo que a integração e inter-relação entre sistemas de transportes e sistemas turísticos (dos quais os transportes são, desde sempre, parte integrante) tem permitido o aumento de fluxos, a criação de sinergias e o crescimento do turismo mundial.

Muitos dos sistemas turísticos apontam para a importância dos fenómenos e efeitos de deslocação, enaltecendo e reforçando a necessária mobilidade entre regiões de origem e regiões de destino (casos de Cooper & Hall, 2008 ou Leiper, 1990). Outros autores (Beni, 2000; Cunha & Abrantes, 2013; Middleton *et al.*, 2009) salientam o papel que os transportes têm tido nas dinâmicas entre oferta e procura, ou seja, na interação das diferentes realidades que compõem o turismo e que Lopes (2010) congregou no conceito de “*constelação*”.

A complementaridade entre transporte aéreo e turismo é evidente, com níveis de correlação bastante forte na relação entre estas duas realidades.

Mas, mais importante, é constatar a aposta no futuro, como são demonstrativas as ações levadas a cabo conjuntamente entre as principais organizações mundiais de turismo (OMT) e de aviação civil (ICAO), tuteladas pelas Nações Unidas, posicionando o turismo e o transporte aéreo como setores estrategicamente interligados, com benefícios diretos para a sociedade em geral, promovendo o crescimento económico, o emprego e o desenvolvimento sustentado das economias e das regiões.

3. O conceito *low cost* e a sua relação com as *low cost carriers*

3.1. Introdução

O presente capítulo visa enquadrar o conceito *low cost* e, em especial, a sua origem económica e social, derivando depois para a sua aplicação na realidade das companhias aéreas de baixo custo.

Sem dúvida que os processos de liberalização no transporte aéreo foram fundamentais para o desenvolvimento das companhias aéreas de baixo custo. Sem essa liberalização, os mercados continuariam fechados e a aviação continuaria a ser controlada pelas companhias designadas pelos Governos (companhias de bandeira), com as rotas a serem definidas entre estas e os preços a serem controlados por estas e monitorizados pela IATA, tal como definido nos primórdios dos acordos de serviço aéreo decorrentes da Convenção de Chicago.

Pretende-se igualmente caracterizar os diferentes modelos de negócio em aviação comercial numa conjugação das companhias aéreas tradicionais e das companhias aéreas de baixo custo, do mesmo modo que se discutirão os principais aspetos conceptuais ao nível dos modelos de negócio (*business models*), pela importância que têm tido na sistematização dos conceitos e, mais recentemente, na sua evolução para *low cost business models*, bebendo muito da sua essência nos ensinamentos na génese das companhias aéreas de baixo custo. Apesar do muito que se tem investigado em transporte aéreo, certo é que, dos modelos mais tradicionais em aviação comercial ao aparecimento das *low cost carriers* e mais, recentemente, a evolução para as designadas *hybrid carriers*, dista um intervalo temporal de apenas 40 a 45 anos.

Pela importância para a investigação, enquanto companhias aéreas pioneiras na operação *low cost* e por se encontrarem ainda em atividade, sendo líderes nos respetivos mercados, ir-se-á também caracterizar historicamente a evolução da problemática *low cost* nas companhias aéreas *Southwest* (E.U.A.) e *Ryanair* (Europa) quanto aos seus resultados, evolução e importância para o mercado da aviação. O contributo das companhias aéreas de baixo custo para o turismo e a potencial evolução para operações de longo curso (*long haul low cost*) será igualmente enquadrado.

3.2. O conceito *low cost* – sua génese e enquadramento conceptual

A tradução literária de *low cost*, ou seja, baixo custo não é, como define Combe (2014), suficiente para que uma empresa se torne *ipso facto* “*low cost*”. Do mesmo modo, baixar os preços também não a qualifica como “*low cost*”. Como considera, os fundamentos do *low cost* parecem assentar num paradoxo onde se olha, acima de tudo, para os custos e a oferta mas, por outro lado, parte da equação passa pelos consumidores e pela procura.

Combe (2014) caracteriza *low cost* como um movimento de abertura da oferta visando produtos funcionais, sem ostentação e sofisticação, com base na formulação de uma proposta simples, estandardizada, traduzida em baixos custos de produção e, como tal, em preços mais baixos. Como afirma “*le low cost marque le retour à une forme de simplicité originelle des produits.*” (p. 12).

Sendo certo que a terminología *low cost* surge, quase sempre, associada ao lançamento de companhias aéreas de baixo custo, existem alguns autores que consideram que o fenómeno *low cost* vai para além dessa caracterização redutora.

Rosenthal (1985) advogava que os processos de desindustrialização (passagem do setor dos produtos para o setor dos serviços) e de desenvolvimento das novas tecnologias levariam a uma polarização de rendimentos, com impacto direto na classe média na segunda metade dos anos 1990.

Gaggi e Narduzzi (2011) consideram que, com o fim da classe média, se entra numa nova era caracterizada por:

- ✓ Uma classe abastada e muito “patrimonializada”, com condições de consumo elevadas;
- ✓ Uma classe de tecnocratas com rendimentos médios ou altos e com capacidade de consumo (mais com base em consumos personalizados de valor acrescentado e aquisições decididas na conveniência do preço pedido);
- ✓ Um sociedade massificada de rendimentos médios ou baixos, mas à qual a indústria *low cost* garante acesso a bens e serviços anteriormente apenas reservados a classes sociais superiores (*Ryanair society* ou sociedade do “*low cost*”);

- ✓ Uma sociedade com escasso poder de compra, com consumos de bens de primeira necessidade ou garantidos pelos serviços sociais (pp. 21-22).

Como referem os autores, “*Se fosse necessário identificar um lugar ou uma região do planeta onde o desaparecimento da classe média é vivido, mais que em qualquer outra, com profunda dificuldade ou até com uma sensação difusa e comum de medo, essa seria, sem dúvida, a Europa.*” (Gaggi & Narduzzi, 2011, p. 85).

Os autores advogam ainda que a difusão da oferta de produtos e serviços *low cost* aumenta o poder de compra dos salários, cujos consumidores estão muito mais interessados no binómio preço-teor prático do consumo. Aliás, o cliente *low cost* é um cliente nómada, mudando facilmente de fornecedor se e quando disso retirar vantagens, tentando maximizar o seu rendimento pelo maior número de bens e serviços (Gaggi & Narduzzi, 2011).

Também Beigbeder (2007) colocava a tónica do poder de compra dos franceses face ao crescente desemprego e à alteração profunda dos padrões de consumo, sendo que competia igualmente ao poder público assegurar uma resposta durável às reivindicações sobre esse mesmo poder de compra. Se, do ponto de vista do mercado, se poderia desenvolver ainda mais a concorrência com o acesso de novas empresas ao mercado, também era certo que, o desenvolvimento de um modelo económico *low cost* deveria ser difundido, no seu conjunto, na economia francesa.

Mas a força do “*low cost*” residia, acima de tudo, na manutenção de preços baixos de forma durável e, por outro lado, satisfazendo as exigências dos consumidores, cujo comportamento se alterou radicalmente: a procura de produtos simples com qualidade. A simplificação do produto não implica uma qualidade menor, mas sim uma otimização dos meios de produção, de distribuição ou de promoção visando oferecer um preço baixo (Beigbeder, 2007, p. 153).

O autor reconhecia, já nessa altura, que o *low cost* conhecia uma expansão em quase todos os setores da economia francesa. Com efeito, com exceção do luxo, o *low cost* tinha entrado na vida das pessoas desde os serviços de “*(...) coiffure, la banque directe, les hôtels, les forfaits touristiques, etc mais également dans l’industrie de biens de consommation, avec notamment la voiture «low cost» et bientôt la maison «low cost».* Enfin, le «*low cost*» connaît également une forte expansion dans le domaine de la

distribution que ce soit avec le hard discount alimentaire ou le commerce en ligne” (p. 2).

O mesmo raciocínio é desenvolvido por Combe (2011) ao considerar que, além do setor aéreo, o *low cost* tende a difundir-se para numerosas atividades, com especial incidência para a distribuição alimentar, jardinagem, cabeleireiro, automobilismo, publicidade, banca direta, seguros, artigos de desporto, etc.. Como refere o autor, as empresas *low cost* tendem a inspirar-se nas receitas aplicadas pelas companhias aéreas de baixo custo, ou seja, redefinição dos contornos do produto ou serviço, simplificação levada ao extremo e “*opcionalização*” dos atributos considerados como secundários (p. 69). Com exceção dos produtos de luxo e de alta tecnologia, a maior parte das atividades dedicadas ao consumo das famílias oferecem, com maior ou menor desenvolvimento, produtos *low cost*.

Deste modo, Combe considera a “*lógica do modelo low cost*”, partindo da redefinição das necessidades dos consumidores, que leva à simplificação dos produtos e “*opcionalização*” dos atributos (pagos à parte, como suplemento), à baixa dos custos de produção, o que implica a baixa de preços e, por conseguinte, ao aumento dos volumes vendidos (p. 6).

Nota-se, no entanto, uma evolução no sentimento de Combe (2014) quanto à difusão do *low cost*, considerando mesmo, que o *low cost* é afinal uma revolução paradoxal passando de um modelo dominante de consumo e produção para uma realidade mais limitada onde, além do transporte aéreo e, em menor escala, no setor dos telefones móveis ou do *hard discount*, é um mercado de nicho. Como menciona, de forma clara, “*En dehors des secteurs de l’aérien et, dans une moindre mesure, de la téléphonie mobile et du hard discount, le low cost reste encore un business model assez marginal (...)*” (pp. 16-17).

Para Valls (2013), a procura e oferta *low cost* generalizaram-se transversalmente a todo o tipo de produtos e foi a tendência dominante na primeira década do século XXI. De acordo com o autor, numa alusão às companhias aéreas de baixo custo, as novas companhias começaram a oferecer estruturas simplificadas de preço (*no-frills prices*), assentes num serviço básico, dinâmico, produtos baratos e com redução de custos em todas as áreas. Esta nova realidade alterou decisivamente o comportamento dos

consumidores e as suas perceções, ou seja, os consumidores procuram produtos, caros ou baratos, que lhes ofereçam valor.

Aliás, Valls (2008) advoga que foi a alteração da conceção dos consumidores sobre a variável preço, que deixou de ser apenas um atributo do produto, para se tornar na variável fundamental enquanto impulsionadora para a tomada de decisão na compra. Como refere o autor, primeiramente nas companhias aéreas de baixo custo, depois nas empresas turísticas, hoje em dia, todos os setores de atividade são candidatos a terem preços baixos. Se é certo que a guerra de preços ajudou a impulsionar a sensibilidade ao preço por parte dos clientes, foi a crise económica que veio generalizar a procura de preços baixos, catapultando o “fenómeno *low cost*”.

Valls (2013) destaca, contudo, duas fases do fenómeno *low cost* na Europa:

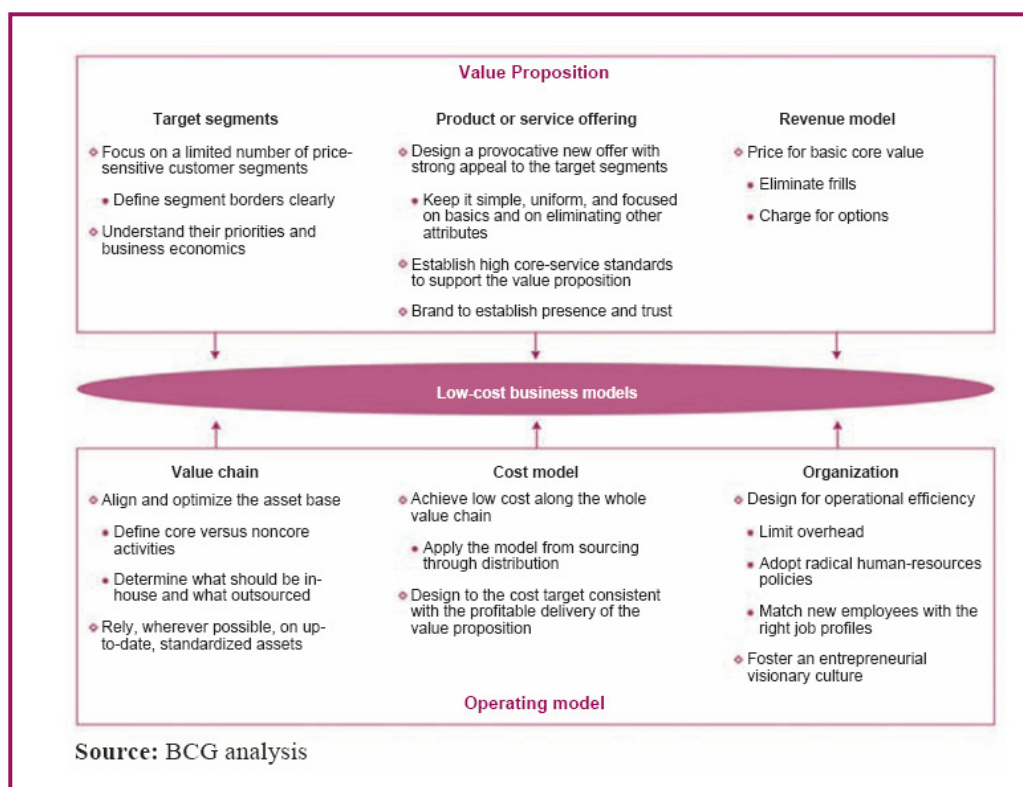
- a) Uma primeira fase, entre 1997 e 2004, decorrente do processo de liberalização do transporte aéreo na Europa, que levou ao aparecimento das companhias aéreas de baixo custo e posterior aplicação do conceito aos vários setores do turismo (e alargamento contido aos demais setores de atividade), assente na liderança no preço e com uma oferta de valor reduzida ou inexistente (*no-frills*);
- b) Numa segunda fase, após 2004, assiste-se a um alargamento agressivo do mercado, com o aparecimento do *low cost* no mercado de massas, assente em campanhas agressivas de descontos, promoções e ofertas a clientes, o que tornou o cliente mais sensível ao preço. Se, até aqui, o fenómeno *low cost* estava mais assente na oferta, estas alterações, tornaram-no igualmente sensível para o lado da procura.

Esta situação levou a que a procura, pela redução de preços, tenha afetado todas as categorias de produtos e serviços (gama baixa, média e alta) e, por outro lado, a filosofia *low cost* foi adotada por outros setores de atividades, não só ligados aos serviços (banca, seguros, telecomunicações, consultoria, serviços de saúde, etc.) como também à indústria e à logística.

Kachaner, Lindgardt e Michael (2011) assinalam a importância dos novos modelos (*low cost business models*) salientando o empenho que as empresas locais e multinacionais vêm colocando no desenho de novos modelos para servir um amplo segmento de clientes com recursos financeiros limitados. Segundo os autores trata-se, acima de tudo,

de uma nova proposta de valor assente em clientes novos e atuais e num novo modelo operativo.

Muitas das características deste modelo de negócio, encontram-se espelhadas na figura abaixo⁴, numa conjugação entre a proposta de valor e o modelo de operação assente na cadeia de valor, organização e gastos.



Fonte: Retirado de Kachaner *et al.* (2011)

Fig. 14. *Low cost business model*

Deste modo, *low cost* não significa margens baixas (*low margin*), qualidade baixa (*low quality*), imitações baratas (*cheap imitation*) ou produtos sem marca ou de marca branca (*unbranded products*).

Combe (2014) considera que a revolução do *low cost*, além de trazer novos comportamentos para os consumidores, polarizou o consumo, pois o mesmo cliente pode consumir, ao mesmo tempo, produtos *low cost* e produtos de luxo (p. 9).

⁴ Este artigo foi publicado inicialmente pela *The Boston Consulting Group* (BCG), em outubro de 2010, com o título *The new “low cost”*, empresa onde os autores são colaboradores (BCG, 2010).

Como refere Cuesta (citado em Porras, Vilarasau, Hinojosa, Rosa, Vargas e Canalis, 2014) “(...) *pode-se dizer que os níveis de qualidade e serviço são direitos adquiridos e que o consumidor não está disposto a renunciar a eles*”, pelo que, o repto das empresas é serem capazes de responder a esta exigência de preço e qualidade (p. 6). Estamos perante um consumidor sensato que “*só quer pagar o que consome*”.

Aliás Valls (referido em Porras *et al.*, 2014) advoga que, de acordo com estudos realizados em Espanha, dois terços dos consumidores procuram, primeiro, uma proposta de valor e só depois um preço adequado. Para este autor, “*low cost não é baixa qualidade ou má qualidade, mas sim a priorização de fatores produtivos para oferecer valor a um determinado preço.*”

Também Santi e Nguyen (2012) colocam grande ênfase sobre os três modelos históricos do *low cost*, ao nível da aviação, *hard discount* e hotelaria. Para os autores, tendo em atenção que todo e qualquer modelo de negócio apresenta uma proposta de valor, uma arquitetura de valor e uma equação económica de valor, o modelo de negócio de baixo custo deriva, antes de mais, num controlo baixo da qualidade percebida e numa redução significativa de preços, naquilo que designam por “*diferenciação por baixo*”. Esta situação leva ao difícil equilíbrio entre a redução de custos, que permite obter os preços baixos e a degradação de valor.

O modelo ganhador (*win-win*) de Santi (Santi & Nguyen, 2012), traduzido no acréscimo de valor percebido pelo cliente (VPC) que será superior ao acréscimo de preço e, por sua vez, ao acréscimo de custos ($\Delta \text{VPC} > \Delta \text{Preço} > \Delta \text{Custo}$) representa um acréscimo de valor criado, correspondente à diferença entre o valor percebido pelo cliente e os custos. É este valor criado que permite aumentar, por sua vez, o valor para o cliente e para a empresa *low cost*. Esta combinação oferece às empresas *low cost* simultaneamente taxas de crescimento – o valor captado pelo cliente facilita a sua preferência pela oferta *low cost* – e rentabilidade, largamente superior às atuais empresas (p. 33).

Valls (2013) considera que as estratégias que reinventarão o modelo de negócio *low cost* passarão pela inovação (e a sua ligação à produção pelo contributo para a redução de custos), pela formulação do lucro e pelos processos (em especial ao nível da desmaterialização do produto, preço dinâmico, *internet*, canais de distribuição e *outlets*).

Apesar da importância da *internet*, Kosciusko-Morizet, aquando do prefácio de Santi e Nguyen (2012), relembra que os modelos *low cost* remontam aos anos 1970 e que se pode inclusive, falar na génese do conceito *low cost* aquando do lançamento do Ford T: um modelo único, satisfazendo as necessidades de transporte automóvel de uma maioria de clientes, com um preço bastante mais baixo, graças à redução de custos obtidos pela sua cadeia de produção.

No entanto, Valls considera que o *low cost* vive um novo paradoxo com “*as empresas a quererem fugir agora dos preços baixos*” (Hosteltur, 2015b). De facto, como mencionado em entrevista à Hosteltur (revista técnica de turismo espanhola), em abril de 2015, “*(...) las grandes compañías low cost cada vez tienen menos interés en competir por los precios más bajos. Y así vemos cómo se están reposicionando a la búsqueda de precios medios más elevados.*”. Valls considera igualmente que as empresas da indústria turística têm percebido que podem aumentar os seus preços médios juntando elementos (e valor) ao preço básico do bilhete (de avião).

Se o conceito *low cost* apareceu inicialmente muito associado às companhias aéreas de baixo custo, verificou-se, pelo levantamento efetuado, que muitos são os autores que defendem o seu alargamento a todos os setores da economia, com especial incidência e adequação ao setor dos serviços. Apesar do seu aparecimento recente (anos 1970) é já possível verificar evoluções no modelo *low cost* (Valls, 2013) ou modelos que evidenciam a criação de valor e a sua repartição entre a empresa e o cliente (Santi & Nguyen, 2012).

Uma última referência ao paradoxo defendido por Valls com as empresas a “*quererem fugir agora dos preços baixos*” (Hosteltur, 2015b), o que evidencia, como salientado por Combe, Cuesta ou Valls, uma profunda alteração dos padrões de consumo com a oferta a responder continuamente a propostas de valor que maximizem o valor percebido pelos consumidores.

3.3. *Low cost fares* – a génese das companhias aéreas de baixo custo?

O presente ponto visa caracterizar não só os aspetos inerentes ao desenvolvimento dos voos/companhias aéreas *low cost* nos primórdios da aviação, mas igualmente evidenciar que, há muito, as companhias aéreas tradicionais estavam a tomar iniciativas idênticas

visando oferecer preços mais baixos aos passageiros, de modo a estimular a procura nos seus voos, apesar das limitações impostas pela regulamentação da altura.

Como se constata nos pontos seguintes, o fenómeno *low cost*, em aviação, já perdurava desde os anos 1940, embora com outro tipo de enquadramento. Tratava-se, no fundo, de introduzir a classe turística (também conhecida como classe económica) nos voos, mas onde algumas das características atuais do produto das companhias aéreas de baixo custo foram, como se evidencia, desenvolvidas nesses anos.

Foi a *Capital Airlines*⁵ quem, em novembro de 1948, introduziu o primeiro serviço aéreo em classe turística nos E.U.A., denominado por “*nighthawk*”, em voos entre Chicago e Nova Iorque, com tarifas 2.30 *Usd* superiores aos preços praticados pelos comboios, mas com poupanças de quase 12 horas no tempo de viagem.

O serviço era realizado durante a noite, com um serviço sem refeições e sem qualquer tipo de serviços adicionais (*passengers were willing to fly at night, with no meals and no-frills*) (Lloyd, 1977, p. 6). Hood (1948, citado em Lloyd, 1977) considerava, num artigo publicado na *Aviation Week* de 4 de outubro de 1948, que este novo serviço da *Capital Airlines* era o desenvolvimento mais importante na aviação doméstica (dos E.U.A.) desde a guerra.

Como mencionado por Lloyd (1977), os voos “*nighthawk*” foram um enorme sucesso, ajudando a empresa a sair de uma situação financeira menos favorável e tornando o serviço aéreo acessível a mais pessoas do que até aí tinha acontecido. Patterson (1956) considerou que a *Capital* beneficiou grandemente da nova política mais liberal do *Civil Aeronautics Board* (CAB), levando a que duplicasse o tráfego nos seus voos noturnos. Do mesmo modo, “(...) *The impact of Capital’s contribution is evident in today’s coach class, now used by the majority of air travelers, and in the existence of no-frills airlines such as People Express, Inc*⁶. *from the 1980s or today’s Southwest Airlines.*” (Lloyd, 1977, p. 6)

⁵ Em 1961, a *Capital Airlines* entrou num processo de fusão com a *United Airlines* (Lloyd, 1977).

⁶ *People Express* foi uma companhia aérea de baixo custo americana que operou entre os anos de 1981 e 1987, ano em que foi integrada na *Continental Airlines*. A *PEOPLEExpress* voltou ao mercado em 30 de junho de 2014 (Brancatelli, 2014), mas suspendeu os seus serviços a 26 de setembro desse mesmo ano (Langfield, 2014).

Na reunião da IATA, nas Bermudas, em novembro de 1948, foi criado um comité executivo especial para estudar a problemática das tarifas turísticas, que poderiam entrar em vigor a partir de outubro de 1949 (estudo que deveria ser apresentado na reunião seguinte, em maio desse mesmo ano). Esse comité iria igualmente estudar a introdução de novas tarifas de época baixa (*out-of-season travel*), tarifas de excursão, assim como, outros meios de reduzir os custos com o transporte aéreo (Flight, 1948b, p. 654). Aliás, já em setembro, as companhias aéreas se tinham reunido informalmente, em Londres, para discutir a introdução de tarifas mais baixas nas rotas do Atlântico Norte (Flight, 1948a).

Foi também no ano de 1948 que a *Pan American* recebeu a autorização do CAB para a realização do primeiro *cheap scheduled service* entre Nova Iorque e Porto Rico. Em finais de 1951, nove companhias americanas já operavam 64 voos domésticos diários, entre 34 cidades, com preços mais acessíveis (Flight, 1952c).

Ainda em 1949, a 6 de maio, a *Pacific Southwest Airlines* (PSA) iniciou as suas operações aéreas, no Estado da Califórnia (E.U.A.), em voos inter-estaduais num voo entre San Diego e Oakland com escala em Burbank (Renga, Mentges & San Diego Air and Space Museum, 2010, p. 21). Atendendo ao seu modelo de negócio, oferecendo tarifas baixas e um serviço simpático (o seu slogan era “*The World’s Friendliest Airline*”) em rotas de médio curso, é considerada a primeira companhia aérea de baixo custo (Calder, 2006)⁷.

Também em 1949 (Flight, 1949) a *American Airlines* anunciava que iria fazer uma redução generalizada das suas tarifas transcontinentais, após o sucesso do “*first low-fare service between New York and Los Angeles*” (p. 654). Esses novos voos estariam, embora sujeitos a aprovação do CAB, previstos começar a 27 de dezembro desse ano. A mesma notícia refere que “*elimination of the meals usually served in flight and simplified reservation, ticketing and loading arrangements have been worked out specifically for this plan (...)*”.

⁷ A PSA foi adquirida em 1987 pela *USAir* por 400 milhões de *Usd* (Dempsey & Goetz, 1992, p. 152).

Na Conferência de Tráfego da IATA (Flight, 1951b), ocorrida em dezembro de 1951, em Nice (França), uma das principais decisões tomadas pelas companhias aéreas presentes foi a introdução de tarifas mais económicas na classe turística entre a Europa e a América do Norte e dentro da Europa, com aplicação a partir de maio de 1952 (inicialmente previstas a partir de outubro de 1952, como tinha sido aprovado na anterior reunião, em maio de 1951 – Flight, 1952c).

Mesmo assim, a notícia refere que as companhias aéreas representadas na reunião de Nice tinham acordado que as tarifas mais baixas nos serviços em classe turística só poderiam ser possíveis desde que eliminassem algumas das mais luxuosas concessões (*some of the more luxurious amenities*) oferecidas aos passageiros. Deste modo, a concessão de bagagem seria reduzida para os 20 *kgs* nos voos do Atlântico Norte, o *catering* seria simplificado e as refeições seriam pagas pelos passageiros (Flight, 1951b, p. 817). Por outro lado, também os agentes de viagens veriam a sua comissão reduzida dos 7,5% para bilhetes de primeira classe para os 6% para as reservas mais económicas. Também nos voos da Europa se previam as mesmas situações, com as companhias aéreas a eliminarem as refeições a bordo, assim como, o transporte gratuito entre o aeroporto e o terminal de passageiros na cidade (Flight, 1951a).

Entrava-se numa nova era da aviação, com a introdução dos novos aviões a jato (*high speed first-class jet-airliner services*), que proporcionavam maior rapidez e comodidade e, por outro, a introdução de tarifas mais baixas (nos voos do Atlântico Norte), o que levava a um aumento do número de passageiros (Flight, 1952b).

Dados apurados, na altura, apontam para o sucesso da introdução destas novas tarifas. A companhia inglesa *British Overseas Airways Corporation* (BOAC) informava, em agosto de 1952, que os dois primeiros meses após a introdução do serviço transatlântico mostravam um aumento do volume de passageiros na ordem dos 37%, sendo mais significativo na rota Nova Iorque – Londres, onde tinha atingido um crescimento de 64% (Flight, 1952a).

Na Europa, como aprovado na conferência de Cannes (França), em novembro de 1952, os novos níveis tarifários entrariam em vigor a partir de abril de 1953, com as tarifas a serem 20 a 30 por cento mais baratas que no verão anterior (Flight, 1953). A generalização das novas tarifas e o novo serviço turístico generalizou-se a outras regiões com a BOAC a anunciar cortes tarifários, a partir de abril, nas suas rotas para o Médio

Oriente, a partir de outubro para a Índia, Paquistão, Ceilão (atual Sri Lanka) e África do Sul e para a região da Ásia e Pacífico, a partir de abril de 1954.

O desenvolvimento da aviação, nesses anos, como espelhado no editorial da revista *Flight* de 18 de abril de 1958 (Flight, 1958a) não deixava grandes dúvidas quanto ao processo de expansão da aviação mundial. A conferência da IATA em Cannes, em 1956, tinha aprovado mais uma vaga de novas tarifas, com a criação, a partir de abril de 1958, de uma “*high-density low fare*” *tourist class* (Flight, 1956), mais tarde, ratificada em Paris (França), e redenominada como “*economy*” *fare*, com um nível tarifário 20% abaixo da tarifa turística⁸. Dados apresentados num artigo na revista da OMT (World Travel-Tourisme Mondial, 1958) mostravam que, nas rotas do Atlântico Norte e para os meses de abril a junho, a nova classe económica tinha absorvido 59,6% do tráfego, com 19,4% do tráfego na classe turística e 21% na primeira classe.

Se, por um lado, se assistia à necessidade de empreender novas discussões sobre diferenciais de preços, devido à introdução de novos aviões a jato *versus* os aviões turbo-hélice, também era igualmente reconhecido que, para que a indústria se expandisse, o maior requisito para aumentar os volumes de tráfego seria através da redução das tarifas e o único meio para reduzir tarifas era reduzir custos (Flight, 1958a).

Em novembro de 1958, a companhia aérea *Eagle Aviation* anunciava que tinha solicitado ao *Air Transport Advisory Council* (Reino Unido) autorização para operar voos em certas rotas coloniais com um preço que era cerca de metade das tarifas aéreas existentes na altura (Flight, 1958b). Estavam lançadas as bases para aquilo que se viria a designar por *V.L.F. – Very Low Fares* –. O pedido da *Eagle Airways* foi acompanhado, já em 1959, pelas empresas *Airwork* e *Hunting-Clan* (Flight, 1959). No entanto, estas tarifas estavam inicialmente circunscritas às empresas aéreas dos territórios coloniais.

A entrevista do *chairman* da *British European Airways* (BEA), Lord Douglas, em 1960, deixava claro os progressos feitos na aplicação de conceitos “*no-frills*” numa comparação com o que acontecia com os caminhos-de-ferro britânicos: “*we think we have gone a long way already towards implementing no-frills bus travel. Our high-*

⁸ Esta nova tarifa começou inicialmente, nas conferências de Cannes e Miami (E.U.A.), por ser apelidada de tarifa de 3ª classe (*third-class fare*), tendo sido redenominada, como referido, para tarifa económica (*economy fare*) na reunião de Paris (Flight, 1957).

density Viscounts are now operating, without catering, on the London-Glasgow and London-Edinburgh routes at off-peak fares. There are no drinks, no food or refreshments, but there is adequate room. Stewardesses are not carried, but there is a flight clerk. I expect that these no-frills services will be generally extended by next spring.” (Flight, 1960, p. 483).

Nessa mesma entrevista, o *chairman* da *BEA* focou ainda alguns aspetos operacionais importantes quanto ao *ticketing* (com a possibilidade de compra de bilhetes até embarcar no avião – *may be possible to buy tickets “at the bottom of the steps”*), assim como, ao transporte de bagagem, cuja situação estava em estudo e onde se deveria encontrar um equilíbrio entre a redução dos custos de manuseamento de bagagens e o aumento dos tempos de rotação dos aviões.

Já em 1971, a *British Caledonian* solicitou a aprovação de uma tarifa descontada para voos domésticos (*low-fare domestic price*), para voos sem reservas, sem serviço de bordo e com possibilidade de descontos para grupos (tal como já acontecia nos E.U.A. com a *Eastern Shuttle* ou a *Allegheny Commuter*) (Flight, 1971a).

Mas tal como acontecia para voos regionais ou de curta duração, como aquando do lançamento da *Southwest Airlines* no interior dos E.U.A., criada em 1967, mas com início das suas operações apenas em 1971, também a tendência de voos *low cost* se estendeu aos voos de longo curso.

Foi a *Laker Airways* (empresa criada em 1966 por Freddie Laker – Flight, 1966) que, em 1971, deu o “pontapé de saída” para os primeiros voos de baixo custo de longo curso entre Londres e Nova Iorque. Tal como noticiado pela revista *Flight* da época (8 de julho de 1971 – Flight, 1971b) “*Mr. Freddie Laker, chairman and managing director of Laker Airways, announced his airline application last week for a new low-fare, no-frills scheduled service between London and New York*”.

O preço proposto, para tarifas *one-way*, era de 37,50 libras esterlinas no verão e de 32,50 libras no inverno (Flight, 1971b).

No entanto, após uma longa batalha legal, por causa do protecionismo às companhias aéreas instaladas, só a 26 de setembro de 1977, a *Laker Airways* e o seu serviço *Skytrain*, entretanto batizado, conseguiu iniciar as operações, período que se mostrou

crítico à empresa com milhões de prejuízos acumulados devido às indefinições no arranque das operações (Flight, 1977).

Em fevereiro de 1982, a *Laker Airways* cancelou todos os seus voos tendo entrado em processo de falência. Dos motivos alegados para esta situação, além dos prejuízos acumulados ao longo dos anos de espera de início das operações, também as restantes companhias aéreas regulares começaram a oferecer serviço idêntico no mercado, o que levou à perda de diferenciação da *Laker Airways* (Flight, 1982).

Como se verifica, mesmo que não intencionalmente nos primórdios do seu aparecimento, a problemática das companhias aéreas de baixo custo, surge da necessidade de adequar a oferta de serviços para estimular novas realidades da procura. Os modelos mais elaborados e construídos numa lógica de baixo custo, para rotas de proximidade, rapidamente evoluíram para outros padrões, nem sempre conseguidos, na altura, como o caso emblemático da *Laker Airways*.

3.4. *Low cost carriers* – A importância dos processos de liberalização para o desenvolvimento da aviação comercial

3.4.1. Enquadramento genérico

No ponto anterior pretendeu-se enumerar alguns dos principais aspetos que terão contribuído para a evolução do mercado das companhias aéreas de baixo custo ao nível da regulação tarifária. No entanto, foram as alterações decorrentes dos movimentos de liberalização do transporte aéreo, que permitiram que novas companhias aéreas pudessem começar a operar sem quaisquer restrições de mercado.

O presente ponto visa, deste modo, situar os principais processos decorrentes desses processos de liberalização do transporte aéreo, cujo “pontapé de saída” foi dado pelos E.U.A., em 1978, e acompanhado de perto pela Europa.

Mesmo assim, como referenciado por Gross, Lück e Schröderet (2013), existiram dois períodos fundamentais nos processos de liberalização, após o processo de liberalização nos E.U.A., com impactos diretos na proliferação das *low cost carriers* no mundo:

- ✓ Anos 1990 – Canadá, Europa, Japão e Oceânia;

- ✓ Anos 2000, em especial na Ásia (Malásia – 2001; Índia – 2003; Singapura e Tailândia – 2004; China – 2005), Europa de Leste (2002) e Médio Oriente (2003).

Como se constatará, pela análise efetuada, a abertura dos mercados foi decisiva para a proliferação de novas companhias aéreas e novos modelos de negócio, onde se inserem as companhias aéreas de baixo custo. Decorridos mais de 35 anos dos primeiros movimentos de liberalização, a IATA continua a colocar grande parte da sua tónica nas necessidades de maior grau de liberdade aérea nas relações internacionais.

Mesmo reconhecendo que “(...) *Liberalization in the 1980s and 1990s led to new entry and stimulated considerable innovation, in particular on short-haul markets for price-oriented consumers, with the no-frills, low-fare, new-entrant airlines. Incumbent airlines responded with further efficiency improvements (...)*” (IATA, 2011, p. 9), tornando a indústria mais eficiente e competitiva, a preocupação da IATA mantém-se com a proliferação de barreiras artificiais criadas pelos governos na proteção das suas companhias aéreas (de bandeira) e dos seus mercados.

A eliminação dos subsídios às companhias aéreas, a remoção de barreiras ao investimento entre companhias aéreas, a liberalização dos acordos aéreos bilaterais e a remoção das restrições ao nível dos direitos de cabotagem (8ª e 9ª liberdades do ar)⁹, o reforço dos procedimentos em caso de falências e, por último, a revisão dos procedimentos de política concorrencial são cinco dos fatores apontados pela IATA que iriam aumentar a concorrência e a transparência da atividade do transporte aéreo mundial (IATA, 2011, pp. 53-54).

3.4.2. O processo de liberalização nos Estados Unidos da América

Em 1938, o President Roosevelt assinou a lei que iria, durante largos anos, servir de base ao desenvolvimento do transporte aéreo nos Estados Unidos da América, estabelecendo o *Civil Aeronautics Board* (CAB), uma entidade independente, cuja autoridade previa três principais áreas de regulação: 1) a aprovação de novas rotas (definindo quais as rotas a serem voadas e quais as companhias aéreas designadas para

⁹ Dada a importância para a compreensão do tema, apresentam-se no Anexo 3 as diferentes liberdades do ar, assim como, os principais indicadores operacionais utilizados em aviação comercial (Anexo 4).

explorar esses serviços aéreos); 2) a aprovação e definição de preços (estabelecendo ou suspendendo os preços que deveriam ser considerados justos e razoáveis); e, 3) a definição das regras da concorrência (nomeadamente ao nível do *antitrust*) (Dempsey & Goetz, 1992, p. 167).

Como se compreende, muitos dos procedimentos do CAB assentavam em dois processos: 1) determinar o número de companhias aéreas que o mercado poderia suportar (com rentabilidade razoável); e, 2) designar, entre as várias companhias aéreas, aquela(s) que deveria(m) explorar esses mercados (*grandfather certificates*) (Dempsey & Goetz, 1992).

Apesar de o objetivo inicial, aquando da criação do CAB, fosse uma implementação cautelosa, mas liberal, do acesso ao mercado, permitindo às novas empresas aéreas que competissem num mercado em expansão, as práticas seguidas pelo CAB, pelas regras regulatórias extremamente restritivas, acabaram por condicionar – e muito – o acesso a esse mesmo mercado.

Em 1975, o congresso americano criou uma subcomissão, liderada pelo Senador Edward Kennedy, para avaliar a liberalização da indústria do transporte aéreo americano. O forte controlo exercido pelo CAB na aprovação de novas companhias aéreas e rotas, o controlo exercido sobre os preços, mantidos administrativamente em níveis elevados e as restrições apresentadas ao nível da concorrência, com muitas rotas a serem mantidas artificialmente e com redução de serviço, apenas levaram a “*aumentos de preços e pior serviço*” (Dempsey & Goetz, 1992, p. 176).

Entre 1969 e 1974, o CAB impôs uma moratória recusando toda e qualquer autorização para novas rotas, reforçando o poder das quatro principais companhias aéreas americanas (*big four*) na época – *United*, *American*, *Eastern* e *TWA* –, um dos principais pontos de reflexão, como abordado no relatório da Subcomissão (*Kennedy Report*) (Caves, 1976).

Por outro lado, como referido por Caves (1976), aquando da sua análise ao *Kennedy Report*, a comparação efetuada com os Estados da Califórnia e do Texas, onde existiam companhias aéreas a efetuar voos inter-estaduais sem controlo regulamentar do CAB (como era o caso da *Southwest Airlines* no Estado do Texas e da *Pacific Southwest Airlines* – PSA – na Califórnia) e as rotas fixadas administrativamente, mostrava preços

mais baixos nessas rotas inter-estaduais na ordem dos 30 a 50%, devido a melhores níveis de ocupação nesses voos. Do mesmo modo, melhores *load factors*, além de permitirem tarifas mais baixas, indiciavam tráfego adicional, sem perda de serviço e de voos nesses Estados (pp. 733-734).

Por último, o Congresso identificou igualmente que os consumidores desejavam voos com preços mais baixos e que o aumento de rotas e da competição no mercado, levaria as companhias aéreas a oferecer esses preços mais baixos (Dempsey & Goetz, 1992).

Como mencionado pelo Secretário de Estado dos Transportes dos Estados Unidos da América, John W. Barnum, aquando das audições públicas da subcomissão, “(...) *Many passengers would prefer the opportunity to select carriers based on price in addition to type of service. Some passengers would prefer high-load factor, low-frill, low-fare service. Others are willing to pay for more comfortable and more costly service. Present procedures do not produce that variety of price and service options. Often, present regulation causes fares well above those which would occurring a more competitive air transportation market. With prices fixed at levels above market rates, carriers compete on the basis of service. (...)*” (Kennedy Report, 1975, p. 6).

A subcomissão presidida pelo Senador Edward Kennedy concluiu que o sistema tradicional de regulação aérea: (1) causou tarifas aéreas consideravelmente mais altas do que deveriam ser; (2) resultou numa séria má alocação de recursos; (3) encorajou a ineficiência nas companhias aéreas; (4) recusou aos consumidores o leque de preços e serviços que estes desejariam; e, (5) criou uma tendência crónica para um excesso de capacidade na indústria (Dempsey & Goetz, 1992, p. 176).

Aliás, como referem estes autores, foram muitos os economistas que, ao longo dos anos 1960 e 1970 criticaram o excesso de regulação do transporte aéreo nos E.U.A., principalmente no que respeitava a preços e à sua concorrência, a barreiras à entrada de novas companhias aéreas (o que levava a preços inflacionados) e a lucros mantidos artificialmente nas companhias aéreas existentes.

Em 1978, o Presidente Jimmy Carter assinou o *Airline Deregulation Act* que, além de dismantelar a base regulamentar que mantinha a indústria aérea pouco competitiva (apesar de, já ao longo de 1978, o CAB conceder inúmeras licenças e flexibilidade

tarifária num esforço para encorajar as empresas a oferecerem preços mais baixos) previa igualmente o fim do CAB, a partir de 1985 (Dempsey & Goetz, 1992, p. 193).

Até à assinatura do *Airline Deregulation Act* existiam apenas 3 companhias aéreas de baixo custo nos E.U.A., todas inter-estaduais e como tal não sujeitas às regras do CAB, como eram os casos da *PSA* e *Air California*, ambas na Califórnia, e *Southwest Airlines* no Texas (Chowdhury, 2007). Como referem Renga *et al.* (2010), com o *Air Deregulation Act* de 1978, a *PSA* foi finalmente autorizada a abrir rotas para outros Estados, como foram os casos dos voos para os Estados do Nevada, Utah e Arizona (p. 8).

O processo de liberalização trouxe benefícios evidentes para o mercado. De acordo com Button (1998), na década seguinte à desregulamentação, o tráfego cresceu 55% (se medido em *Revenue Passenger Miles* (RPM) o seu crescimento foi superior a 60 por cento), enquanto o emprego subiu 32 por cento.

Scharpenseel (2001) evidencia igualmente que o aumento da concorrência no setor da aviação comercial dos E.U.A. traduziu-se num decréscimo tarifário de 40%, em termos reais nas diferentes rotas, em todas as tarifas reguladas antes da desregulamentação. Em 1986, a tarifa média por passageiro (em milhas) era 25% menor que a tarifa média anteriormente regulada.

Também Borenstein e Rose (2013) constataram que, entre 1978 e 1988, o *yield* (receita por lugar ponderada pela distância voada) doméstico caiu, em termos reais, a uma taxa média ponderada de 2% ao ano, enquanto o tráfego de passageiros (*RPMs*) cresceu a uma taxa de 6,1% ao ano. Nas duas décadas subsequentes (23 anos seguintes), o *yield*, a preços reais, decresceu 1,9% ao ano, enquanto o tráfego (*RPMs*) cresceu a uma taxa média ponderada de 2,4%.

Robson (1998), que tinha sido *chairman* do CAB, entre 1975 e 1977, e que iniciou o processo de desregulamentação, ao fazer um balanço dos vinte anos (de sucesso) da implementação do *Deregulating Act*, salientou os ganhos havidos em termos de redução tarifária (cujas tarifas médias caíram consistentemente ao longo dos anos, com decréscimos superiores a 40%, ajustada a inflação); poupanças anuais aos clientes do transporte aéreo estimadas em 12,4 mil milhões de *Usd*, a que se juntariam mais 10,3 mil milhões de *Usd* de poupanças pela redução do tempo de viagem; crescimento do

tráfego transportado, mais do que duplicando face aos 275 milhões de passageiros domésticos em 1978 (600 milhões de passageiros em 1997); maior concorrência no mercado, traduzida por um maior número de companhias aéreas a operar e um maior número de rotas; aumento do emprego em aviação em mais de 50%, desde 1978; e, aumento da presença de pequenas companhias aéreas a explorar rotas locais (*commuters*).

3.4.3. O processo de liberalização na Europa

O processo de liberalização na Europa foi mais complexo em relação ao dos E.U.A., devido à existência de diferentes países e diferente legislação aplicada em cada um deles, distâncias mais curtas dentro de cada país e pela existência das suas próprias companhias de bandeira. O mercado era regulado por acordos bilaterais que impunham regras restritivas ao nível tarifário, rotas e frequências, capacidades e acessos ao mercado (Almeida & Costa, 2012).

As alterações, em termos da regulamentação, aconteceram por duas vias: por um lado, através da renegociação dos acordos bilaterais de serviço aéreo entre os vários países europeus e, por outro lado, pelas ações levadas a cabo pela Comissão Europeia ou Tribunal Europeu de Justiça, favorecendo o multilateralismo (Doganis, 2010).

O Tratado de Roma, assinado em março de 1957, já previa a criação de uma “*common transport policy for all modes of transport*”, onde se incluía, em particular no seu art. 84º, n.º 2, o transporte aéreo (Haanappel, 1992).

O primeiro grande passo no processo de liberalização aconteceu em maio de 1984, entre o Reino Unido e a Holanda, a que se seguiram acordos bilaterais liberais com outros países europeus, como foram o caso dos acordos do Reino Unido com a Alemanha Federal (1984), a França, Bélgica e Suíça (1985) e a Irlanda em 1986 (Doganis, 2010; Morrell, 1998).

A livre entrada de novas companhias aéreas no mercado, livre acesso a qualquer ponto em qualquer dos países pelas companhias designadas, inexistência de controlo ao nível das capacidades (dos aviões) e um regime tarifário aberto (*double disapproval*, ou seja, as tarifas propostas por uma companhia aérea de um Estado para uma rota internacional consideram-se operativas, exceto se ambos os governos as desaprovaem (Doganis,

2006, p. 34)), foram as principais alterações aos acordos de serviço aéreo (Doganis, 2010).

Desde 1975 que a Direção Geral de Transportes da Comissão pretendia uma maior abertura nos processos de liberalização (Doganis, 2010), só conseguidos com a adoção, em 25 de julho de 1983, da Diretiva do Conselho 83/416/CEE, relativa à autorização de serviços aéreos regulares inter-regionais (Jornal Oficial da Comunidade Europeia [JOCE], 1983), onde se pretendia desenvolver o tráfego aéreo intracomunitário e em rotas regionais, de forma a contribuir para o desenvolvimento das regiões na Comunidade Europeia. A abertura a acordos mais liberais entre países, como aconteceu, em 1984/85, primeiramente entre a Holanda e o Reino Unido e rapidamente espalhando-se a outros países, veio dar mais força a novas medidas de liberalização impostas a partir de 1988 (Morrell, 1998).

No entanto, foi com a assinatura do “*Acto Único Europeu*”, a 28 de fevereiro de 1986, que entrou em vigor a 1 de julho de 1987, que foram criadas as bases para o desenvolvimento mais integrado da construção europeia. De acordo com o art. 13º que aprova o Ato Único Europeu (JOCE, 1986), “*A comunidade adoptará as medidas destinadas a estabelecer progressivamente o mercado interno durante um período que termina em 31 de Dezembro de 1992 (...)*”.

Em 31 de dezembro de 1987, foi publicado no JOCE, o primeiro de três pacotes de medidas para a construção do processo de liberalização do espaço aéreo (JOCE, 1987; 1990; 1992), cuja informação se resume na Tabela 3, na página seguinte. A Europa, decidiu, deste modo, implementar medidas graduais que criassem as condições para que as companhias aéreas se pudessem adaptar ao mercado e à concorrência (Scharpenseel, 2001), iniciando a abertura com bandas de variação tarifária e novos aeroportos a poderem ser operados sem restrições comerciais.

No dia 1 de abril de 1997, em função da prerrogativa concedida pelo n.º 2 do art. 3º do Regulamento (CEE) n.º 2408/92 do Conselho, de 23 de julho de 1992, onde “*(...) nenhum Estado-membro será obrigado, antes de 1 de Abril de 1997, a conceder direitos de cabotagem dentro do seu território a transportadoras aéreas comunitárias licenciadas por outro Estado-membro (...)*”, ficou concluído o processo de liberalização na Europa, permitindo às companhias aéreas aceder a toda e qualquer rota no espaço

européu, determinar as capacidades a oferecer e fixar as tarifas que desejassem (Almeida & Costa, 2012).

Tabela 3

Pacotes de liberalização do transporte aéreo na Europa

1º Pacote	2º Pacote	3º Pacote
JOCE L374, 31 dez 1987	JOCE L217, 11 ago 1990	JOCE L240, 24 ago 1992
Regulamento (CEE) n.º 3975/87 do Conselho de 14 de dezembro de 1987 (regras de concorrência)	Regulamento (CEE) n.º 2342/90 do Conselho, de 24 de julho de 1990 (tarifas dos serviços aéreos regulares)	Regulamento (CEE) n.º 2407/92 do Conselho, de 23 de julho de 1992 (concessão de licenças)
Regulamento (CEE) n.º 3976/87 do Conselho de 14 de dezembro de 1987 (acordos e práticas concertadas)	Regulamento (CEE) n.º 2343/90 do Conselho, de 24 de julho de 1990 (acesso às rotas e partilha da capacidade)	Regulamento (CEE) n.º 2408/92 do Conselho, de 23 de julho de 1992 (acesso às rotas)
Directiva 87/601/CEE do Conselho de 14 de dezembro de 1987 (tarifas entre Estados-Membros)		Regulamento (CEE) n.º 2409/92 do Conselho, de 23 de julho de 1992 (tarifas aéreas)
Decisão do Conselho de 14 de dezembro de 1987 (partilha da capacidade e acesso às rotas)		Regulamento (CEE) n.º 2410/92 do Conselho, de 23 de julho de 1992, que altera o Regulamento (CEE) n.º 3975/87 (regras de concorrência)
		Regulamento (CEE) n.º 2411/92 do Conselho, de 23 de julho de 1992, que altera o Regulamento (CEE) n.º 3976/87 relativo (acordos e de práticas concertadas)

Fonte: Elaboração própria a partir do Jornal Oficial da Comunidade Europeia (JOCE)

Tal como nos E.U.A., também a Europa sentiu que o processo de liberalização foi positivo quer para as companhias aéreas quer para os consumidores. Numa análise empreendida pela ICAO (2003), no período entre 1993 (pré-liberalização) e 2000 (pós-liberalização), assistiu-se ao aumento do número de companhias aéreas europeias (mais 6%, passando, nesse ano, para as 131), ao aumento do número de pares de cidades servidas (12%), ao aumento anual do número de voos domésticos (49%) e intracomunitários (88%), ao aumento da capacidade anual disponibilizada em voos

domésticos (44%) e intracomunitários (138%) e ao aumento da quota de mercado das companhias aéreas de baixo custo (de 0,6% em 1993 para os 12,9% no verão de 2002¹⁰).

O estudo da ICAO coloca grande tónica no desenvolvimento que a liberalização do espaço aéreo europeu permitiu às companhias aéreas de baixo custo, ao salientar que *“Perhaps of greatest importance in the start-up activity has been the emergence of low-fare no-frills airlines which have now taken 10% of the total domestic and intra-EU market and which are rapidly expanding. For the present the no-frills airlines are mainly based in the UK and Ireland where their share is even more significant; in 2001, for example, the no-frills airlines carried 25% of the traffic on routes between the UK and other EU Member States and 22% of the total domestic traffic in the UK”* (ICAO, 2003, p. 6).

Dados da Intervistas (2006) evidenciam que a criação do mercado único veio criar 44 milhões de novos passageiros, até 2002, em 681 voos adicionais, ou seja, um crescimento na ordem dos 33%, contrastando com os aumentos históricos entre 4 a 6 por cento. Do mesmo modo, o mesmo estudo aponta para impactos económicos de 85 mil milhões de *Usd* no crescimento do PIB europeu e para a criação de 1,4 milhões de novos postos de trabalho (*Full Time Equivalents* – FTEs).

No entanto, Scharpenseel (2001) considera que o processo de liberalização na Europa não levou a alterações tão profundas como as que se verificaram nos E.U.A.. Mesmo assim, salienta que os principais efeitos fizeram-se sentir na maior flexibilidade tarifária e num maior número de rotas operadas dentro da Europa.

Mas o impacto mais significativo do processo de liberalização do espaço aéreo comunitário foi o estímulo às companhias aéreas de baixo custo. O grande crescimento dá-se a partir de ano de 2001 (nesse ano, a capacidade de lugares disponibilizada pelas companhias aéreas de baixo custo era de 6,4%, mais 0,4 pontos percentuais que em 2000). O grande motivo para esse crescimento decorreu da abertura da primeira base operacional da *Ryanair* fora do Reino Unido, mais precisamente em Charleroi (Bélgica) em abril de 2001, com o baseamento de dois aviões e a abertura de seis novas rotas,

¹⁰ No caso das companhias aéreas de baixo custo os dados apresentados referiam-se ao verão iata 2002. As companhias aéreas representativas eram a *Bmibaby*, *Buzz*, *Debonair*, *easyJet*, *Go*, *Ryanair* e a *Virgin Express* (ICAO, 2003). Atualmente só a *easyJet* e *Ryanair* operam no mercado.

levando a que o número de passageiros, nesse aeroporto, tenha aumentado dos 200 mil em 2000 para os 773,4 mil em 2001 (Echevarne, 2010). Em abril de 2015, a *Ryanair* abriu a sua 72ª base operacional, no aeroporto de Ponta Delgada (Ryanair, 2014), tendo já anunciado a abertura de novas bases em Berlin-Schoenefeld, em Gotemburgo, em Milão-Malpensa, em Santiago de Compostela, em Corfu e em Ibiza, naquela que será a sua 76ª base operacional (tendo igualmente encerrado as suas duas bases na Dinamarca, por discordância laboral naquele país).

De modo a enfatizar a importância destes processos de liberalização e atendendo ao número elevado e crescente de companhias aéreas de baixo custo em todo o mundo, optou-se por apresentar uma análise sobre duas companhias aéreas líderes em cada um dos continentes (e que já têm vindo a ser objeto de enquadramento nos pontos anteriores).

A escolha sobre a *Southwest Airlines* (Anexo 5) e sobre a *Ryanair* (Anexo 6) teve em atenção critérios de antiguidade e liderança no mercado, assim como, a manutenção da sua atual operação. Se é certo que nos E.U.A. existiram companhias aéreas pioneiras no modelo de operação *low cost*, também é sabido que essas companhias há muito deixaram de operar. No caso da Europa, pela importância para a investigação, a escolha da *Ryanair* teve implícito o mesmo critério – companhia *low cost* mais antiga em operação – juntando-se-lhe um outro fator não menos importante, ou seja, o facto de ter sido a primeira companhia aérea a criar uma base operacional em Portugal.

3.5. Modelos de negócio das companhias aéreas

Optando-se, nos pontos anteriores, por um enquadramento mais comercial e legal, quer do ponto de vista da evolução das práticas tarifárias descontadas, quer dos processos de liberalização e dos seus impactos para o aparecimento das companhias aéreas de baixo custo, pretende-se, neste ponto, caracterizar os diferentes modelos de negócio em aviação comercial.

Mesmo não sendo o foco principal da presente investigação, achou-se oportuno, tecer alguns considerandos sobre a parte mais conceptual dos modelos de negócio (tradicionalmente conhecidos na língua inglesa por *business models*). Não se irá avaliar as ligações existentes entre modelos de negócio e estratégia, matérias que têm sido igualmente objeto de grande discussão, mas fora de contexto na presente investigação.

3.5.1. Enquadramento conceptual

Apesar do seu maior desenvolvimento começar durante os anos 1990¹¹ e desde o aparecimento das *dot.com*, continuam a ser muitas as definições e, principalmente, a falta de consenso quanto ao que é um modelo de negócio (Seddom & Lewis, 2003).

Não se desejando ser exaustivo quanto a esta problemática, existem, no entanto alguns autores que pela simplicidade ou pelo entrosamento de variáveis, vão reunindo uma maior aceitação à volta das suas análises.

Uma das primeiras definições de *business model*, mais virada para os aspetos tecnológicos, foi empreendida por Timmers (1998) considerando-a “*an architecture for the product, service and information flows, including a description of the various business actors and their roles; and a description of the potential benefits for the various business actors; and a description of the sources of revenues*” (p. 4). Timmers defendeu, na altura, a existência de onze *business models* ligados à área tecnológica (*internet*) que iam do *e-shop* até à integração da cadeia de valor (*value chain integrators*).

A rápida transformação dos aspetos mais tecnológicos em negócio levou a que Alt e Zimmerman (2001, referidos em Burkhart *et al.*, 2011) definissem *business models* com base nas suas componentes: missão, estrutura, processos, rendimentos, aspetos legais e tecnologia, sendo que outros investigadores, como Tucker (2001), se focaram em aspetos mais económico-financeiros: “*A business model is a description of how your company creates value for customers that in turn generated revenue and profits for your company*”.

Pateli e Gialis (2004) levaram a cabo uma extensa pesquisa sobre modelos de negócio tendo-os agregado em oito subdomínios: definições; componentes; modelo conceptual;

¹¹ Zott, Amid e Massa (2010) descrevem, no entanto, que, desde 1995, existiam 1177 *papers* publicados em *peer-reviewed academic journals* onde o termo *business models* era endereçado. No entanto, de acordo com Burkhart, Krumeich, Werth e Loos (2011), a primeira referência académica aos *business models* aparece, em 1957 (em Bellman & Clark), sendo que, o termo surge, pela primeira vez no título e *abstract* de um *paper* em 1960 (em *Educators, Electrons, and Business Models: A Problem in Synthesis*, publicado por Jones).

desenho, métodos e ferramentas; taxonomia; mudanças metodológicas; evolução dos modelos e adoção de fatores.

Sem dúvida que Osterwalder e Pigneur têm dado um grande contributo para a clarificação da definição de *business models*, sendo que, recentemente Mason e Spring (2011) agregaram muita da investigação feita sobre *business models*, não só sobre os seus aspetos mais teóricos, assim como sobre os impactos decorrentes da tecnologia, mercado (valor para o cliente) e infraestruturas de rede.

Em 2005 (e mais recentemente em 2010, tal como já tinha acontecido inicialmente em 2002), Osterwalder, Pigneur e Tucci (2005) consideravam a “*business model is a conceptual tool that contains a set of elements and their relationships and allows expressing the business logic of a specific firm. It is a description of the value a company offers to one or several segments of customers and of the architecture of the firm and its network of partners for creating, marketing, and delivering this value and relationship capital, to generate profitable and sustainable revenue streams*”.

Mais recentemente, como mencionado acima, Osterwalder e Pigneur (2010) definiam que “*business model describes the rationale of how an organization creates, delivers, and captures value*”. Os autores defendem um modelo assente em nove blocos: *customer segments, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnership e cost structure*.

Uma definição igualmente bastante referenciada, até pela sua simplicidade, respeita a Zott *et al.* (2010) ao considerarem “*business model as a holistic approach towards explaining how firms conduct business.*” (tal como Seddon & Lewis (2003, p. 241) que consideravam a “*business model is an abstract representation of some aspect of a firm’s strategy.*”).

3.5.2. Modelo de negócio das companhias aéreas regulares

Mais do que as diferenças existentes entre modelos de negócio, a base da operação entre as companhias aéreas tradicionais (*FSCs*) e as companhias aéreas de baixo custo (*LCCs*) assenta num modelo de companhia aérea regular onde, de acordo com Doganis (2006), se englobam igualmente as companhias aéreas regionais. Almeida (2010) destaca as seguintes características do transporte aéreo regular, como sejam:

- *pluralidade de frequências*, através de uma série sistemática de serviços aéreos;
- *continuidade e periodicidade*, através da garantia de manutenção da regularidade das frequências e da continuidade das operações;
- *oferta pública*, através da disponibilização dos serviços ao público em geral;
- *natureza onerosa da oferta*, através da prestação remunerada dos serviços; e,
- *sujeição a tabela pública de horários pré-estabelecidos*, através da prévia aprovação e publicitação dos respetivos horários da série de voos.

Cento (2009) salienta as diferentes formas que os modelos de negócio têm tido na aviação comercial, em especial quanto ao modo como a companhia aérea gera rendimentos, ao produto oferecido, ao serviço de valor acrescentado, às fontes de rendimentos e aos clientes-alvo.

Apesar do modo de operação ser idêntico, com base na regularidade e sujeição a horários pré-estabelecidos, são notórias as diferenças no modelo de negócio das companhias aéreas ditas “tradicionais” e das companhias aéreas de baixo custo.

Para Campa e Campa (2009, citados em Valls, 2013) estas companhias áreas de baixo custo são caracterizadas pela utilização intensiva dos seus ativos, redução dos tempos de trânsito e custos laborais e operacionais baixos.

De acordo com Valls (2013), as primeiras *low costs* tinham sete fatores de sucesso em comum:

- 1) Redução de custos ao longo da cadeia de valor (taxas e *handlings* mais baratos em aeroportos menos movimentados, aumento do número de lugares nos aviões, redução dos tempos de trânsito, custos salariais mais baixos, bilhetes via *internet*, etc.);
- 2) *Outsourcing* de todas as funções fora do “*core business*” da empresa;
- 3) Estabelecimento de políticas de *pricing* dinâmicas (*yield management*);
- 4) Uso exclusivo da *internet* como canal de vendas;
- 5) Promoção de preços mais baixos (convencendo o consumidor que todos os preços das *low cost* são baixos ou promocionais);

- 6) Alianças com os destinos;
- 7) Operação ponto-a-ponto.

Também Almeida e Costa (2012) resumiram, de uma forma bastante completa, os principais fatores que caracterizam o modelo das companhias aéreas de baixo custo, ao nível do produto, serviço, operações, estratégia e distribuição.

Embora considerado como um negócio mais recente as companhias aéreas de baixo custo têm assumido diferentes nomenclaturas. Wensveen (2010) identifica várias designações algumas das quais menos utilizadas no mercado: *low cost carrier*, *no frills*, *low fare*, *high value carrier*, *less frills carrier*, *value carrier*, *budget carrier* e *new generation carrier*.

Se é certo que muitas das definições das companhias aéreas de baixo custo colocam a tónica nos processos e nas inerentes vantagens de custos sobre as companhias ditas tradicionais (Doganis, 2006; Holloway, 2008), Schlumberger e Weisskopf (2014) definiram as companhias aéreas de baixo custo como aquelas que conseguem traduzir as vantagens de custo e respetivas poupanças em tarifas mais favoráveis para o público em geral. No entanto, os autores reconhecem que “*there is no one particular LCC model or a single driving element responsible for its competitive advantage*”.

Citrinot (referido em Citrinot & Bailey, 2006) considerou diferentes posicionamentos desde as companhias mais “puras” ao modelo *low cost* (*no-frill carriers*) até às *network carriers*, tendo identificado outros modelos de negócio intermédios. Partindo de um posicionamento mais radical, Citrinot identificou seis níveis de posicionamento: 1) “*no-frills carrier*” (casos da *Ryanair*, *Air Arabia* ou *Air Asia*, entre outras); 2) “*Limited-frills carrier*” (casos da *Air Berlin*, *Flybe* ou *Aer Lingus*, entre outras) que o autor também identificou com produto híbrido; 3) “*Leisure carrier with low cost operations*” (casos da *Condor*, *Transavia* e *Monarch*); 4) “*Leisure carrier*” (caso da *Gulf Traveller*, subsidiária da *Gulf Air*); 5) “*Network carrier integrating low cost airline operations*” (casos da *United Airlines* e a *Ted*; *Bmi* e *Bmibaby*; *SAS* e a *Snowflake*, entre outras); e, 6) “*Network carrier*” (onde se posicionam todas as companhias aéreas “tradicionais”).

Akamavi, Mohamed, Pellmann e Xu (2015) numa investigação sobre as principais determinantes da lealdade dos passageiros nas companhias aéreas de baixo custo resumiram e agruparam, igualmente, as principais variáveis do modelo de negócio das

companhias aéreas de baixo custo, tendo como base os principais estudos levados a efeito nas diferentes vertentes de análise:

- ✚ Inovação estratégica disruptiva, como um novo modo de competir numa indústria já existente assente na eficiência de processos, economias de escala e de gama, baixos custos operacionais e numa rede focada no valor, utilização de ferramentas de comércio eletrónico e novas fronteiras tecnológicas, produto com base nos seus custos e preocupação com segmentos de mercado sensíveis ao preço e foco na *performance*;
- ✚ *Low cost*, liderança no preço/custo, tarifas baixas/promocionais, preços dinâmicos (com a aposta na utilização de sistemas de *revenue* e *yield management*), *budget airline*, *discount airline*, redução do custo, vantagem no custo, identificação dos *drivers* de custos, uso de aeroportos menos caros, custos fixos mais baixos;
- ✚ *E-commerce*, *e-ticketing* e distribuição, reservas *online*, desintermediação, *bypass* aos agentes de viagens ou outros intermediários, sem comissões aos agentes, viagens sem bilhetes impressos, bilhetes não reembolsáveis, maximização das vendas;
- ✚ Sem programas de passageiro frequente, rotas e destinos com serviços limitados, utilização de recursos humanos e ativos materiais até à sua capacidade máxima;
- ✚ Sem transporte de carga, *outsourcing* da manutenção e do *ground handling*, sem acesso a *lounges*, segmento alvo dos passageiros nos 20-29 anos (*X generation*); passageiros fidelizados ou novos clientes negligenciados pelas companhias tradicionais, consumidores menos exigentes mas sensíveis ao preço, reservas pela *internet* elevadas;
- ✚ Segmentação de passageiros focados nos clientes com elevada preocupação no custo, *value for money offers*, foco nas atividades principais;
- ✚ *M-commerce*, reservas via *SMS*, *web check-in*, *ticketless travel*, oferta de pacotes e outras viagens ou serviços turísticos;
- ✚ *No-frills*, sem refeições a bordo, sem reserva de lugar, sem transferência de bagagens, sem entretenimento a bordo, *check-in* nos quiosques *self service*,

pagamento das “comodidades”, inventário vendido a desconto devido à perecibilidade das características do produto;

- ✚ Elevada frequência em voos ponto-a-ponto, rotações (*turnarounds*) rápidas, maximização do tempo de voo, redução dos custos unitários, controlo operacional flexível, custos ligados à operação (*outputs*) do que às despesas gerais, eficiência em todas as áreas funcionais¹²;
- ✚ Aumento da produção e da produtividade, redução dos tempos de chegada e partida para rotações até 25 minutos, uso de aeroportos mais pequenos, secundários e não saturados, economias de densidade;
- ✚ Salários baixos, múltiplas funções para os empregados, tempos de trabalho longos (em terra e no ar), maleabilidade e adaptabilidade operacional, competência operacional, eficácia própria dos empregados;
- ✚ Estandarização do serviço (em muitas das *low cost carriers*), cabine única (económica) e um só padrão de serviço, *layout* uniforme na frota e tratamento idêntico para todos os passageiros, serviço massificado para redução de custos, estandarização da frota e da sua utilização;
- ✚ Menos tempo de descanso (do pessoal), maior flexibilidade em tempo e nas funções, menor atividade sindical, maior pressão nos empregados;
- ✚ Inscrição como membros da IATA, maiores dúvidas associadas a potenciais problemas de qualidade no caso de disrupção de serviço e cancelamento de voos.

Globalmente os autores identificaram 64 trabalhos científicos sobre as diferentes temáticas acima, muitos dos quais fazendo parte integrante da presente investigação.

3.5.3. Modelo de negócio das companhias aéreas não regulares

Apesar de o 3º pacote de liberalização do transporte aéreo na Europa não estabelecer qualquer distinção entre serviços regulares e serviços não regulares, é certo que, em

¹² A redução de peso a bordo tem sido igualmente uma preocupação para reduzir consumos de combustível.

muitos dos acordos bilaterais existentes, continuam a subsistir diferenças quanto às companhias aéreas não regulares (Doganis, 2002).

Só em 1956, através do acordo Multilateral relativo aos Direitos Comerciais dos Serviços Aéreos Não Regulares Europeus (*Multilateral Agreement on Commercial Rights on non-scheduled air services in Europe*), se veio dar às entidades exploradoras dos voos não regulares e respetivos utilizadores garantias até aí não consignadas, nomeadamente ao nível do reconhecimento das 3^{as} e 4^{as} liberdades, embora a serem exercidas sem prejuízo dos serviços aéreos regulares (Almeida, 2010).

Foi na combinação de uma série de fatores (disponibilidade de meios; desregulamentação e tecnologia) que o mercado *charter* teve o seu grande desenvolvimento (Burkart, 1971):

1. O nascimento dos *charters* turísticos (*air package holidays*) terá ocorrido no Reino Unido em 1945, no pós-guerra, numa altura em que havia aviões e pilotos disponíveis (disponibilidade de meios);
2. A partir de 1964, o *Air Transport Licensing Board* no Reino Unido implementou uma política mais liberal na atribuição de licenças para operações de operadores turísticos (*inclusive tour operation*) (desregulamentação); e,
3. Introdução de aviões a jato no mercado *charter* (tecnologia).

A conjugação destes fatores contribuiu – e muito – para o desenvolvimento do mercado *charter*. O *British Tourist Authority* estimava que, em 1969, 49% dos turistas ingleses que tinham feito férias no estrangeiro (4 ou mais noites) tinham sido com pacotes turísticos (em 1960 o seu número era de apenas 30%). E, mais importante, 85% dos turistas que tinham viajado com pacotes turísticos tinham-no feito por via aérea (Burkart, 1971, p. 58).

Em 1970, o peso do mercado *charter* internacional representava 30,5% dos passageiros internacionais, sendo de 26,9% em 1974 (Helgstrand, 1976). Kopper (2009) considera, aliás, que a Espanha nunca teria sido o mais importante destino turístico no Mediterrâneo sem as vendas e os esforços de desenvolvimento das empresas de transporte inglesas ou alemãs.

O Decreto-Lei n.º 19/82 de 28 de janeiro, que ainda hoje consagra o transporte aéreo não regular em Portugal para países fora da União Europeia (para a União Europeia vigora o Regulamento (CE) 1008/2008 de 24 de setembro – Jornal Oficial da União Europeia [JOUE], 2008) define no seu art. 1º que “(...) *consideram-se transporte aéreo não regular quaisquer voos ou série de voos, operados sem sujeição a normas de regularidade, continuidade ou frequência, destinados a satisfazer necessidades específicas de transporte de passageiros e respectivas bagagens, de carga ou correio, mediante remuneração ou em execução de um contrato de fretamento, por conta de uma ou mais pessoas, um ou outro respeitantes a toda a capacidade da aeronave*”.

No entanto, apesar de o transporte aéreo não regular não oferecer continuidade, a programação de voos de forma sistemática pelos operadores turísticos, leva à possibilidade de se distinguir entre *charter* regular e *charter* irregular (Almeida, 2010), sendo que:

- ✓ *Charter* regular caracteriza-se por “*uma série de voos ou operações que, embora não oferecendo continuidade, são programados como uma série sucessiva de serviços aéreos*”. É o caso dos voos *charters* dos operadores turísticos assumidos ao longo de todo o ano e/ou de forma sazonal nas épocas de maior procura, quer no longo, quer no médio curso;
- ✓ *Charter* irregular são operações de carácter ocasional, esporádica ou pontual, nos quais se enquadram voos de repatriamento ou de transporte de militares, voos de transporte de equipas de salvamento e de carácter humanitário, voos de transporte de peregrinos (casos das operações do *Hajj* e *Umrah* para Meca, Arábia Saudita), voos de incentivos para empresas, entre outros. Cabe ainda dentro desta categoria os voos realizados para outras companhias aéreas pela cedência de meios em casos de irregularidades operacionais, atrasos de manutenção, *phase-in* de frota, entre outros (operações que assumem a designação de ACMI – *Aircraft, Crew, Maintenance and Insurance* ou *subcharter*).

Também Doganis (2010) define dois tipos de voos *charters*, que vão ao encontro dos pontos anteriores, nomeadamente:

- *Ad-hoc charters*, caracterizados como voos pontuais em que o avião é comercializado para um determinado evento, tal como eventos desportivos,

festivais religiosos ou incentivos (Doganis foca em particular as deslocações por ocasião do *Hajj*, onde milhões de muçulmanos vão anualmente a Meca realizar a sua peregrinação (p. 157), sendo que, nestes casos e atendendo ao volume, muitos peregrinos são transportados quer em voos regulares quer em operações *charters*); e,

- *Series charters*, caracterizados por vários voos, normalmente através de operadores turísticos, empresas petrolíferas, transporte de militares ou outros meios requerendo o transporte sistemático de pessoas, sendo que, nalguns casos, por terem um horário definido assumem características de *charters* regulares.

Mas, mais do que os aspetos de natureza legal ou conceptual, estão os fatores que levaram ao crescimento exponencial dos voos em companhias aéreas não regulares.

Doganis (2010) considera que foi a capacidade das companhias *charters* em oferecerem preços significativamente mais baixos que as companhias regulares que ditou o sucesso do mercado *charter*. Definiu-o mesmo de um “*enigma*” (Doganis, 2002), uma vez que as companhias *charters* voavam em aviões similares (muitas vezes nas mesmas rotas), os custos com combustível e manutenção eram idênticos, mas conseguiam vender os seus lugares aos operadores turísticos um terço mais barato que as companhias regulares e ainda era lucrativas (p. 151).

Se analisarmos os principais fatores que levaram ao sucesso das companhias *charters*, podemos constatar que muitos deles se confundem com os atributos oferecidos, ao longo dos tempos, pelas companhias aéreas de baixo custo (Doganis, 2010; Moutinho, 2010):

- Voos ponto-a-ponto, beneficiando de aeroportos mais baratos, sem *interlining*¹³ e sem constrangimentos de operação nos aeroportos (*slots*);
- Aeroportos que permitem operações noturnas, permitindo um uso mais intenso dos aviões e tripulações (também Shaw (2007) se refere a este facto, quantificando que as aeronaves nas companhias *charters* chegam a atingir

¹³ Considera-se *interlining* a capacidade de um passageiro poder realizar uma viagem de avião com utilização de várias companhias aéreas e apenas um único bilhete (Beaver, 2005). O encontro de contas entre as companhias aéreas (*prorate agreement*) é assegurado pela IATA.

utilizações de 4000-4200 horas por ano, enquanto nas companhias regulares se atinge uma média de 2500-2700 horas anuais);

- Capacidade de afetação de meios a outros mercados com deslocalização de aeronaves, levando à melhor utilização dos aviões;
- Subcontratação de custos indiretos, não utilizáveis em época de menor utilização dos aviões (ou na sua deslocalização);
- *Inflight service* mais económico (ou inexistente);
- Custos de distribuição nulos;
- Versões densas com mais 15 a 25% de lugares que nas companhias regulares;
- *Load factors* mais elevados, uma vez que os operadores turísticos, porque contrataram a capacidade do avião, tendem a rentabilizar a totalidade do espaço;
- Estruturas verticalizadas, permitindo uma melhor gestão da cadeia de valor entre companhia aérea/operador/hotelaria;
- Integração horizontal com fusões e aquisições, em especial na Europa, o que permitia a obtenção de sinergias importantes na operação e redução de custos unitários (com os exemplos mais sonantes na *Thomas Cook Group* com a fusão entre *Thomas Cook* e *My Travel* e *TUI* na fusão entre *TUI* e *First Choice* (Doganis, 2010)).

No entanto, a grande diferença, como identificado na figura seguinte, proposta por Williams (2001a) reside na incapacidade legal da venda direta por parte das companhias aéreas não regulares. Como menciona o autor, a flexibilidade oferecida pelas companhias aéreas de baixo custo ao nível das alternativas de escolha de destinos, horários, duração da estada e da simplicidade das reservas tornou-se extremamente atrativa para os consumidores, em especial ao nível dos *short breaks*, não obrigando os clientes ao tradicional pacote de férias semanal ou quinzenal.

No Anexo 7 podemos igualmente comparar as vantagens ao nível dos custos entre companhias aéreas de baixo custo, companhias *charters* integradas (verticalizadas) e companhias *charters* independentes (Williams, 2001b). Não deixa de ser interessante realçar que, com a maioria das vantagens de custos nas companhias *charters* (integradas ou independentes), como apresentado, se esperassem maiores dificuldades de penetração no mercado por parte das companhias aéreas de baixo custo, o que, como é hoje evidente, não se verificou.

Features	"No-frills" Carriers	Charter Airlines
Direct sell	✓	
Extensive outsourcing	✓	(✓)
High density seating	✓	✓
High public awareness	✓	
No in-flight catering	✓	
Pre-bookable seats		✓
Point to point traffic only	✓	✓
Seat assignment		✓
Secondary airports	✓	(✓)
Short haul focus	✓	
Short turnarounds	✓	
Single aircraft type	✓	
Single class cabin	✓	✓
24 hour operation		✓

Fonte: Retirado de Williams (2001a)

Fig. 15. Principais características das companhias aéreas de baixo custo quando comparadas com as companhias *charters*

No que respeita ao negócio propriamente dito das companhias *charters*, como transcrito em Abrantes (2012), “os principais negócios das companhias aéreas *charters* encontram-se segmentados em: voos de programação turística, voos *ad-hoc*, voos em *ACMI* ou *wet lease*, *management e brokerage*” (p. 28), sendo que os mais usuais serão os voos em programação turística, *ad-hoc* e voos fretados em *ACMI* ou *wet lease*.

Embora alguns autores caracterizem o modelo de negócio *charter* numa comparação à realidade das companhias *low cost* (Barrett, 2008; Williams, 2001a) é certo que muitos dos aspetos do negócio nas companhias *charters* estão fora do controlo da própria companhia. É o operador turístico (ou mesmo em voos *ad-hoc*) que define para onde, quando e como quer operar (pelo que o efeito do aeroporto principal ou secundário não é controlado por esta, exceto por limitações de ordem operacional ou de frota). Do mesmo modo, é ao operador que compete definir o serviço que pretende dar a bordo, sendo que, muitas vezes opta por operar sem serviço a bordo (e nesse caso, pode a companhia aérea ter *standards* internos e assumir o custo desse serviço). É igualmente o operador que comercializa a totalidade do avião (a companhia *charter* dá um preço global pelo fretamento), competindo ao operador rentabilizar esse espaço, através de acordos com outros operadores ou assumindo a totalidade do espaço (e do risco) e distribuindo-o pela cadeia de retalho, entre outros aspetos de natureza comercial (Abrantes, 2012).

Também a cedência do avião a outra companhia aérea, em *ACMI* ou *wet lease*, leva a que seja a companhia contratante a definir a(s) rota(s) a operar, assim como, o serviço a bordo nesse(s) voo(s), utilizando, quase sempre o seu padrão de *catering* e o “*dressing*” do avião, de modo a minimizar o impacto para o seu cliente.

Os dados da ICAO (2008; 2014; 2015), expressos na Tabela 4, permitem concluir que o tráfego não regular de passageiros tem evidenciado quebras constantes e sustentadas ao longo dos anos e, quando cresce, fá-lo a taxas inferiores às do tráfego regular.

Se em 1970, como referido em Helgstrand (1970), o tráfego não regular representava quase um terço do tráfego mundial, em 1998, o seu peso era de apenas 14,5%, sendo que, em 2014, este não ultrapassava os 5,8% do tráfego mundial. Se é certo que em valor absoluto a quebra de passageiros (voados) é diminuta, o aumento da atividade regular, que mais do que duplicou, tem tido impacto direto no peso da atividade *charter*.

Tabela 4
Tráfego aéreo regular e não regular (1998-2014)

Anos	Tráfego não regular			Tráfego regular		
	<i>PKP</i>	% Var.	% Total	<i>PKP</i>	% Var.	% Total
1998	257.190	6,8%	14,5%	1.512.040	3,0%	85,5%
1999	238.380	-7,3%	12,8%	1.622.250	7,3%	87,2%
2000	265.460	11,4%	12,9%	1.790.370	10,4%	87,1%
2001	272.790	2,8%	13,6%	1.726.580	-3,6%	86,4%
2002	244.930	-10,2%	12,4%	1.736.070	0,5%	87,6%
2003	240.720	-1,7%	12,2%	1.738.510	0,1%	87,8%
2004	266.590	10,7%	11,7%	2.015.070	15,9%	88,3%
2005	262.560	-1,5%	10,7%	2.199.940	9,2%	89,3%
2006	245.105	-6,6%	9,4%	2.374.810	7,9%	90,6%
2007	241.680	-1,4%	8,6%	2.576.130	8,5%	91,4%
2008	223.360	-7,6%	7,2%	2.883.840	11,9%	92,8%
2009	197.690	-11,5%	7,1%	2.596.410	-10,0%	92,9%
2010	210.475	6,5%	6,7%	2.953.162	13,7%	93,3%
2011	221.000	5,0%	6,5%	3.178.187	7,6%	93,5%
2012	225.378	2,0%	6,3%	3.350.411	5,4%	93,7%
2013	229.660	1,9%	6,0%	3.620.042	8,0%	94,0%
2014	236.320	2,9%	5,8%	3.838.791	6,0%	94,2%

Nota: *PKP* - *Passenger- Kilometres Performed*

Fonte: Elaboração própria através de dados da ICAO

Os números apurados mostram a vitalidade do novo modelo de negócio *low cost*, com base em operações regulares, sendo evidente a perda de importância do mercado *charter*

ano após ano. Esta situação tem levado a que, muitas das companhias *charters* tenham desaparecido do mercado ou, em alternativa, transformado o seu modelo de negócio para padrões de companhia aérea de baixo custo. Aliás, como refere Dobruszkes (2006) “*the biggest LCCs were developing their networks from countries where charter airlines were already successful and well established, such as Great Britain, Germany, Sweden, Norway and Belgium*” (p. 254).

Clark e Dunn (2015) evidenciam, no entanto, a entrada das *low cost carriers* na luta pelo mercado turístico e pelo mercado dos pacotes turísticos, ou seja, “*(...)LCCs are actually working with traditional tour operators and travel agents to provide package products that they compete with through their scheduled services.*” (p. 39). Muitas das companhias aéreas de baixo custo criaram veículos para promover estes mercados, como são o caso da *easyJet Holidays*, *Norwegian Holidays* ou *Wizz Tours Division*, área dedicada à captação do mercado turístico na *Wizz Air*.

3.5.4. Características e comparação entre os diferentes modelos de negócio aéreo

A Figura 16, na página seguinte, visa sintetizar, embora de forma mais estruturada, alguns dos aspetos anteriormente referidos, enaltecendo as principais características nos diferentes modelos de negócio. No entanto, como menciona Dobruszkes (2013), assim como Fageda, Suau-Sanchez e Mason (2015), o negócio das companhias aéreas de baixo custo “*is not a single monolithic model*”.

Assiste-se, contudo, a grandes alterações no transporte aéreo mundial com as companhias aéreas de baixo custo a adotarem estratégias de negócio levadas a cabo, até há pouco tempo, apenas pelas companhias tradicionais, depois destas terem implementado muitas das “ideias” colocadas em prática pelas companhias aéreas de baixo custo, como foram os casos de *catering* mais simplificado, regras tarifárias mais simples e, nalguns casos, abolição da regra do “*sunday rule*” (que obriga o passageiro a permanecer no destino na noite de domingo).

Como mencionado pela Sabre (2011), como as dinâmicas da indústria mudaram, assim também mudaram as estratégias de negócio das companhias aéreas de baixo custo. Se bem que o custo continua a ser um fator importante na competitividade das companhias aéreas de baixo custo, já não é o único, levando-as a evoluir, seja para compensar o aumento do custo dos combustíveis, na entrada em negócios de longo curso, na aposta

na distribuição através da disponibilização dos seus voos aos agentes de viagens, através dos *Global Distribution Systems (GDS)* e no serviço ao cliente. O resultado destas alterações levou ao aparecimento de modelos de negócio híbridos, que combinam as metodologias de poupanças das companhias aéreas de baixo custo com o serviço, flexibilidade e rede de exploração de uma companhia aérea tradicional (Sabre, 2011).

Características / Modelos de negócio		Transporte aéreo regular		Transporte aéreo não regular
		Companhia aérea tradicional	Companhia aérea de baixo custo	Companhia aérea <i>charter</i>
Programa de Fidelização (FFP)		●	◐	○
	Estrutura tarifária simples	◐	●	○
	Lounge nos aeroportos	●	○	○
	Reserva de lugares	●	◐	○
	Catering a bordo (gratuito)	●	○	◌
	Bilhetes sem reembolso	◐	●	◌
Utilização aeroportos secundários		○	◐	◌
	Alianças	●	○	○
	Seleção de rotas com elevada procura	●	●	◌
	Classe a bordo única	○	◐	◐
Frota <i>standard</i>		◐	●	◐
	Versões densas	◐	●	●
	Maximização do uso da aeronaves	◐	●	◐
	Redução dos serviços a clientes	◐	●	○
	Transporte de carga e correio	●	○	○
Operação "hub & spoke"		●	◐	○
	Tráfego de turismo (Lazer/VFA)	◐	●	●
	Tráfego de negócios	●	◐	○
	Políticas de redução de gastos	●	●	◐
	Flexibilidade laboral	◐	●	●
Preferência canais <i>online</i>		◐	●	◌
	Utilização de <i>GDS</i>	●	◐	◌
	Políticas de comissionamento	●	◐	◐
	<i>Interline</i> disponível	●	○	◌
	Marketing agressivo e inovador	◐	●	◌

Legenda: ● – satisfaz plenamente; ◐ – com forte aplicação; ◑ – satisfaz relativamente; ○ – com fraca aplicação; ◌ – sem impacto (ou com impacto reduzido) na companhia aérea

Fonte: Elaboração própria a partir de Akamavi *et al.* (2015); Almeida e Costa (2012); Barrett (2008); Cento (2009); Doganis (2010)

Fig. 16. Principais características dos modelos de negócio de transporte aéreo

Klophaus, Conrady e Fichert (2012) consideram que, na Europa, uma percentagem considerável de companhias aéreas de baixo custo, estão a evoluir para modelos híbridos aproximando-se do modelo de negócio das companhias tradicionais.

De acordo com Stimac, Damir e Vidovic (2012) uma companhia aérea híbrida usa, no seu modelo de negócio, elementos de outros modelos de negócio considerados importantes para um melhor desenvolvimento do seu próprio modelo. De acordo com os autores, do mesmo modo que as companhias aéreas tradicionais começaram a oferecer preços mais baixos, para concorrer com as companhias aéreas de baixo custo, também estas, visando atrair mais passageiros das companhias tradicionais, têm vindo a modificar o seu modelo de negócio.

Stimac *et al.* (2012) consideram cinco tipos diferentes de modelos híbridos:

1. Modelo híbrido entre uma companhia *charter* e uma companhia *low cost*, como foi o caso inicial da *Air Berlin*, começando a vender os seus próprios bilhetes de avião nos seus voos *charters* (contratados pelos operadores turísticos) e, mais tarde, lançando os seus próprios voos como companhia *low cost*, garantindo transferência de passageiros, refeições, lugares reservados e programa de fidelização;
2. Modelo híbrido entre uma companhia *low cost* e uma companhia tradicional, como foi o caso da *Air Baltic*, ao apostar numa frota diferenciada, tráfego de transferência e seu registo até ao destino final (designado por *through check-in*), utilização de *lounges* nos aeroportos e programa de fidelização, ao mesmo tempo que mantinha algumas características próprias das *low cost*, ao nível de tarifário *one way* ou pagamento de *catering* a bordo;
3. Passageiros de negócios nas companhias aéreas de baixo custo, como tem sido o caso da *easyJet* e a sua aposta no mercado *corporate*, sendo que muitas outras têm vindo a criar programas de fidelização para melhor promoverem e captarem este segmento de mercado;
4. Modelo híbrido das companhias *low cost* para o transporte de pessoas e bens, como é o caso da *Pegasus* (Turquia) que opera segundo um modelo *low cost*, mas desenvolveu parcerias com outras companhias aéreas (voos em *codeshare*), assim como, um leque de serviços adicionais como seguros, escolha prévia de lugar, acordos com *rent-a-car* e fornecedores de hotelaria, cartão de crédito co-

branded com a *HSBC*, registo *online* de bagagem extra, encomenda antecipada de refeições a bordo, entre outras funcionalidades;

5. Modelo híbrido de companhia *low cost* de longo curso (*long haul low cost*) como é o caso da *Air Asia X*, empresa do grupo *Air Asia*, com uma frota de aviões de longo curso, para servir maioritariamente a região da Ásia e Austrália.

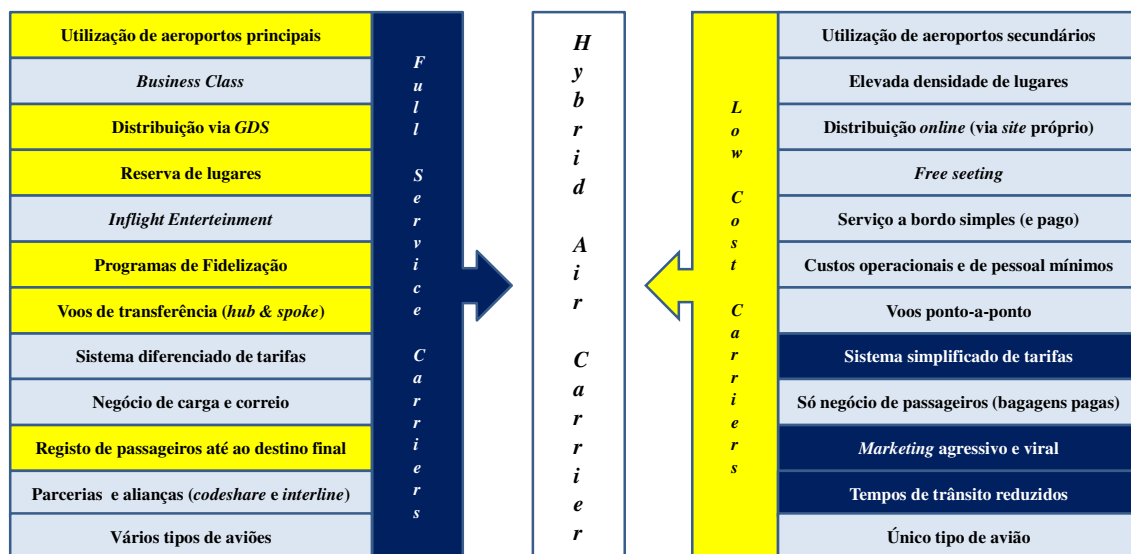
Wit e Zuidberg (2012) perspetivam igualmente uma importância crescente neste modelo, ao considerar que a capacidade de crescimento das companhias aéreas de baixo custo na Europa começa a estar limitada, pelo que, a aposta na utilização de aeroportos principais, em tráfego de transferência, no estabelecimento de acordos de voos partilhados (voos em *codeshare*), na entrada em alianças e a aquisição de outras companhias aéreas, se venha a intensificar num futuro próximo.

A Figura 17, na página seguinte, visa evidenciar as características que as companhias aéreas tradicionais foram “beber” às companhias aéreas de baixo custo e vice-versa. Como mencionado por Stimac *et al.* (2012), as companhias aéreas de baixo custo juntaram ao seu modelo de negócio original a reserva de lugares, *catering* gratuito, sistemas de entretenimento a bordo, programas de fidelização, voos em transferência, *check-in* do passageiro até ao destino final, sistemas com diferenciação de tarifas e utilização e cooperação com os agentes de viagens para a venda de bilhetes. Por seu lado, as companhias aéreas tradicionais juntaram ao seu modelo de negócio um aumento da flexibilidade nas tarifas aéreas, redução do volume de *catering*, redução dos tempos de rotação do avião para menos de 30 minutos, utilização agressiva de políticas de *marketing*, venda direta de bilhetes e rotas múltiplas com base em segmentos “*ponto-a-ponto*” (p. 6).

Como menciona Vilarasau (2014) as companhias aéreas de baixo custo estão juntando características ao produto, enquanto as tradicionais estão a aprender a desagregar os seus serviços no intuito de reduzir os seus preços. A própria *Ryanair* decidiu abrir as suas vendas aos agentes de viagens (com a utilização dos *GDS* desde março de 2014), reforçar o seu serviço a clientes, flexibilizar muitas das suas taxas e “atacar” o mercado *corporate* a partir de setembro de 2014 (Centre for Asia Pacific Aviation [CAPA], 2014b).

Para Vidovic, Stimac e Damir (2013) este modelo de negócio será, já hoje, o mais representativo do mercado das companhias aéreas, caracterizado por um elevado padrão

de conforto e um pagamento nos serviços adicionais, tendo sido aceite quer pelos homens de negócios quer pelos restantes passageiros (*medium-class passengers*).



Fonte: Elaboração própria a partir de Sabre (2011), Stimac *et al.* (2012) e Vidovic *et al.* (2013)

Fig. 17. Características das companhias aéreas tradicionais e de baixo custo

Também Fageda *et al.* (2015), apesar de considerarem que a distância entre as companhias aéreas de baixo custo mais convencionais e as companhias aéreas de baixo custo com uma aproximação a um modelo mais híbrido se está a alargar, evidenciam que as companhias aéreas apostadas num modelo híbrido irão continuar a gerar mais tráfego que as companhias tradicionais.

Esta alteração do mercado levou a que as companhias aéreas tradicionais tenham igualmente criado as suas próprias companhias *low cost* para atingirem novos segmentos não cobertos pelas companhias tradicionais (Lovelady, 2013). De acordo com a autora, em 2012, companhias *low cost* e híbridas, foram responsáveis por mais de 20% do mercado asiático, tendo superado os 35% da indústria aérea nos E.U.A. e Europa. Percentagem que irá continuar a subir à medida que as companhias aéreas tradicionais vão saindo de mercados não rentáveis, especialmente no médio curso, transferindo esses serviços para parceiros *low cost* e focando-se nos voos de longo curso (p. 18).

A aposta numa estratégia dual, como foram os casos da *Lufthansa/Germania* (entretanto redominada *Eurowings*), *Air France/Hop!* e *British Airways/Iberia* (IAG) na *Vueling* (apesar da manutenção da *Iberia Express*) levou à transferência de voos para as suas congéneres *low cost* com a concentração da operação das tradicionais na defesa dos seus

*hubs*¹⁴. Por outro lado, esta estratégia dual tem vantagens para as companhias aéreas envolvidas, seja ao nível de sinergias (na utilização de serviços e equipamentos comuns, incluindo o programa de passageiro frequente), assim como, em economias de escala em processos de compra conjunta (Lovelady, 2013, p. 19).

Essa mesma conclusão foi assumida pela *easyJet*, aquando da apresentação dos resultados de 2013, em novembro desse ano, ao considerar que “*Há uma tendência para a convergência de produtos*” entre as *low cost* e as “*tradicionais (...)*” (Presstur, 2013), considerando igualmente que, exemplos desta tendência, são a “*transferência de tráfego regional*” do grupo *Air France-KLM* para as subsidiárias *HOP!* e *Transavia*, a utilização da *Germanwings* pela *Lufthansa*, o lançamento da *Iberia Express* e a aquisição da totalidade da *Vueling* pelo *IAG* e acrescentando que: “*a maioria destas iniciativas estão em estádios iniciais de desenvolvimento com baixos níveis de perceção pelos clientes das novas marcas low cost*” (Presstur, 2013). Também Ferrer-Rossell, Martinez-Garcia e Coenders (2014), aquando do estudo do perfil dos turistas em Espanha, concluíam que “*(...) services are offered by the companies themselves (legacy and LCA) are in some cases becoming increasingly similar (...)*”, evidenciando, cada vez mais, a dificuldade de diferenciação entre as várias companhias e o serviço oferecido (p. 120).

Para Vilarasau (2014) trata-se, na realidade, de uma segunda vaga de subsidiárias *low cost* criadas pelas companhias tradicionais, tal como já tinha acontecido com a *British Airways* em 1998 (com a criação da sua filial *Go*), com a *Snowflake* da *SAS* ou a *Booz*¹⁵ da *KLM*.

Aquando da realização do *CAPA World Aviation Summit* em Amesterdão (CAPA, 2013a), em novembro de 2013, um dos painéis mais intensos analisou a temática sobre a “*Hybridisation and Airlines in Transition*” e como as companhias aéreas de baixo custo se sentem ainda confortáveis com o rótulo de “*low cost carriers*”¹⁶. No entanto,

¹⁴ Considera-se *hub & spoke* a seleção de um aeroporto por uma companhia aérea onde concentra os seus voos de forma coordenada em determinadas faixas horárias (designadas por *banks*), de modo a garantir o máximo de ligações e número de voos ao seu tráfego (*inbound/outbound*) (Shaw, 2011).

¹⁵ A autora referia-se certamente à companhia aérea *Buzz*, criada pela *KLM*, em 1999.

¹⁶ Para o membro da *easyJet* em Portugal, que participou no painel de especialistas, a empresa é, acima de tudo, uma *low fare airline* e não uma *low cost carrier*.

como afirmava Ed Winter, CEO da *FastJet* (*low cost carrier* com base na Tanzânia e subsidiária da *easyJet* para o continente africano), “o consumidor não pensa em *LCC/FSC* mas sim olhando ao que a companhia aérea pode fazer por eles”.

Certo é que, como focado por Dunn (2015), as companhias de baixo custo continuam a manter a pressão sobre as companhias tradicionais, evitando competir entre si e mantendo a competição entre elas bastante limitada (Dunn mostra, a título de exemplo que, dos 12 mil voos semanais da *Ryanair*, só 1300 acontecem nas mesmas rotas com outras companhias aéreas de baixo custo). De acordo com Gerald Khoo, analista do Banco de Investimentos *Liberun* (citado em Dunn, 2015), “the logical answer for both *easyJet* and *Ryanair* is why would you spend time and money competing against your strongest competitor when you’ve got a whole tail of weaker competitors who can both beat up on”, dando como exemplos, a *TAP*, *LOT*, *Air Berlin*, *Brussels Airlines* ou *Alitalia* (p. 29).

Sem dúvida que a temática sobre as companhias aéreas de baixo custo são um tema de enorme campo de investigação, não só na vertente mais ligada aos transportes e aeroportos, dentro de um contexto de aviação comercial, mas também nos aspetos de ligação ao turismo e ao perfil da procura.

Parece evidente o reconhecimento dos investigadores sobre a temática para a importância das companhias aéreas de baixo custo para a alteração profunda do modelo de negócio da aviação comercial e a sua evolução ao longo do tempo, de modelos mais puristas, totalmente baseados no custo, para soluções mais atuais em concorrência direta com as companhias aéreas tradicionais. A evolução para modelos híbridos começa a ser igualmente fruto de investigação, à medida que os modelos de negócio entre as companhias aéreas tradicionais (*full service carriers*) e as companhias aéreas de baixo custo (*low cost carriers*) se aproximam e se misturam no mercado.

Embora com menos incidência científica, em parte em função da atualidade do tema, verifica-se uma nova “onda” de criação de companhias aéreas de baixo custo por empresas tradicionais, tal como já aconteceu no final dos anos 1990 e início dos anos 2000. Essas sinergias trarão, certamente, uma maior segmentação do mercado com as rotas de médio curso concentradas nas companhias de baixo custo e as rotas de longo curso a serem operadas pelas companhias tradicionais. No entanto, como se verá no ponto 3.9., a concorrência das companhias aéreas de baixo custo em mercados de longo

curso deixa antever mudanças de paradigmas operacionais e estratégicos a curto prazo, criando maiores dificuldades às companhias aéreas tradicionais, em especial, aquelas com maiores fragilidades económico-financeiras.

3.6. A evolução das companhias aéreas de baixo custo na Europa

Como refere Dobruszkes (2013), as viagens em companhias aéreas de baixo custo tornaram-se o principal meio de viajar na Europa. De acordo com Forsyth, King e Rodolfo (2006), o desenvolvimento das novas companhias aéreas de baixo custo na Europa levaram à criação de nova procura, em novos segmentos de mercado, que não eram servidos convenientemente pelas companhias aéreas instaladas.

Apesar de criada em 1985, só a partir de 1990 a *Ryanair* assumiu o seu estatuto de companhia aérea de baixo custo (Creaton, 2007), assente no modelo desenvolvido, com sucesso, pela *Southwest Airlines*.

Fruto do sucesso destas duas companhias aéreas, outras entraram no mercado (ECA, 2002), como foram os casos da *easyJet* (1995), *Debonair* (1996) e a *Virgin Express* (1997). Em 1998, as companhias aéreas tradicionais tiveram a sua primeira investida no mercado *low cost*, com o lançamento da *Go* (subsidiária da *British Airways*) e da *KLM*, em janeiro de 2000, com a *Buzz*, logo após o encerramento da *Debonair*, em outubro de 1999.

Budd, Francis, Humphreys e Ison (2014) efetuaram uma cronologia da entrada das companhias aéreas de baixo custo na Europa, tendo definido quatro períodos:

- *Pioneers* (pioneiros), entre 1992 e 1998, onde oito companhias entraram no mercado (ou se já existentes, reestruturaram o seu modelo de negócio para *low cost*), tendo beneficiado de terem sido as primeiras (*first mover advantage*). Das oito companhias aéreas entradas no mercado durante este período, metade ainda se encontra a operar (*Ryanair*, *Norwegian*, *easyJet* e *Air Berlin*, embora esta última tenha alterado significativamente o seu modelo de negócio), sendo que a *Virgin Express* se fundiu com a *SN Brussels*, dando origem à atual *Brussels Airlines*;

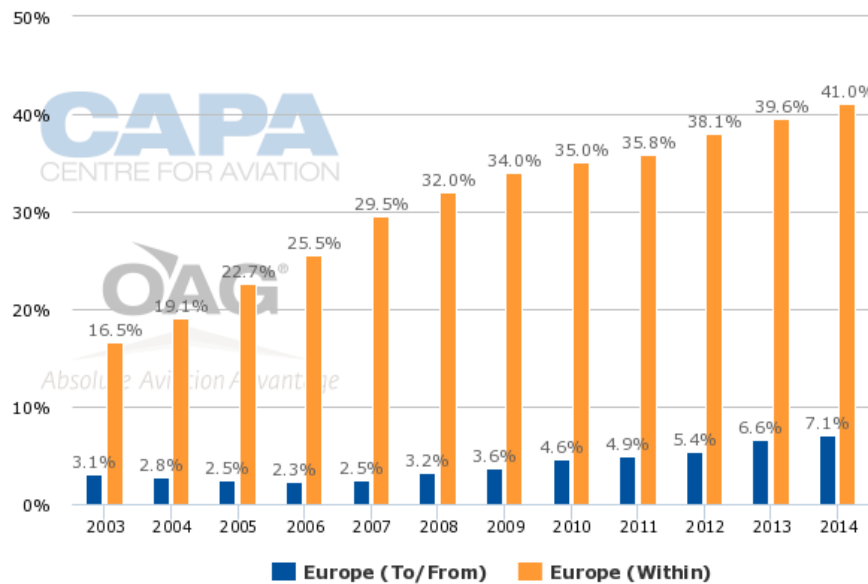
- *Early adopters* (adotantes iniciais), entre 1999 e 2002, muitas delas subsidiárias das companhias aéreas tradicionais. Das oito companhias aéreas entradas no mercado durante esta fase, apenas uma (*Germanwings*) se mantém ativa;
- *Mainstream LCCs* (LCCs convencionais), entre 2003 e 2006, onde se deu o *boom* do mercado *low cost* na Europa, com 25 companhias aéreas a iniciar a sua operação, muitas delas provenientes da alteração do modelo de negócio (companhias *charters* pertencentes a grupos de turismo ou companhias tradicionais). No entanto, vinte das companhias aéreas já saíram do mercado e, das restantes cinco, algumas passaram por processos de *rebrand* ou fusão;
- *Late adopters* (adotantes tardios), a partir de 2007 com duas companhias aéreas a entrar no mercado e a já o terem abandonado (os autores esqueceram a companhia aérea de baixo custo *Volotea*, que iniciou as suas operações em 2012 e que ainda se encontra no ativo).

O Anexo 8 ajuda a caracterizar a evolução do mercado de baixo custo ao longo dos anos, assim como, a mortalidade associada a muitas destas companhias aéreas no mercado europeu (Anexo 9).

O grande salto, como se deduz da caracterização anterior, deu-se, no entanto, a partir de 2001 – ano da criação da primeira base operacional da *Ryanair* fora do Reino Unido –, ano em que as companhias aéreas de baixo custo representavam apenas 6,4% da capacidade oferecida. No ano seguinte o seu peso atingiu os 11,1% sendo que, em 2003, o seu valor era já de 20,2% (Citrinot & Bailey, 2006; Entrevistas, 2006).

Como refere Citrinot e Bailey (2006), "*As companhias aéreas de baixo custo não são mais uma "moda" como muitas das companhias aéreas tradicionais gostavam de pensar há uma década atrás. Pelo contrário, as companhias aéreas de baixo custo evoluíram como uma parte crucial da indústria do transporte aéreo. Provaram que a indústria ainda tem capacidade para se adaptar a novos ambientes e evoluir*" (p. 2).

Como se verifica na figura seguinte, as companhias aéreas de baixo custo na Europa têm tido um comportamento crescente ao longo dos anos, com maior expressão no tráfego intra-europeu.



Fonte: Retirado de CAPA (2015a)

Fig. 18. Evolução das *low cost carriers* na Europa (2003-2014)

No caso da Europa têm ressurgido novas apostas com níveis de crescimento do tráfego bastante significativos (Dunn, 2014a), como mostra a tabela seguinte.

Tabela 5

Principais companhias aéreas de baixo custo na Europa (em passageiros)

	2014	2013	Var. 14/13	Var. 13/12
<i>Low cost carriers</i>	(M)	(M)	(%)	(%)
<i>Ryanair</i>	90,5	81,7	10,8	3
<i>EasyJet</i>	64,8	60,8	6,6	4,1
<i>Norwegian</i>	24	20,7	15,8	17,1
<i>Vueling</i>	21,5	17,2	24,9	16,3
<i>Pegasus</i>	19,7	16,8	17,4	16,8
<i>Wizz Air</i>	16,5	13,5	18,4	11,6
<i>Germanwings</i>	14,1	9,2	53,7	18
<i>Anadolu Jet</i>	9	7,7	11,1	44,7
<i>Transavia</i>	6,8	6,5	4,6	11,4
<i>Jet 2</i>	6	n.d.	8,9	n.d

Nota: (M) – milhões; n.d. – não disponível

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Airline Business (Ishak, 2014b; Ishak, 2015b)

No entanto, dados da *European Low Fares Airline Association* (ELFAA) para 2014, evidenciam um crescimento do tráfego nos seus membros que globalmente cresceram 20,3 milhões de face a 2013, atingindo os 236,3 milhões de passageiros (ELFAA, 2015).

Mas, mais importante que os dados de tráfego é verificar que a maioria destas empresas tem vindo a gerar resultados positivos ano após ano. Além dos resultados positivos da *Ryanair* e da *easyJet*, só a *Norwegian*, fruto da estratégia de investimento em curso apresenta resultados negativos a rondarem os 164,7 milhões de *Usd* negativos (depois de um lucro de 54,4 milhões de *Usd* em 2013) (Ishak, 2015a).

Por outro lado, dados de frota mostram que, entre dezembro de 2013 e dezembro de 2014, a frota das companhias integrantes da *ELFAA* aumentaram 55 novos aviões, para um total de 970 aviões (se olharmos para 2012 esse crescimento, nos dois anos, foi de 100 aviões) (ELFAA, 2013; ELFAA, 2014; ELFAA, 2015). Em 2006, com mais uma companhia na associação, a frota era de 402 aviões, ou seja, mais que duplicou face a esse ano.

Como se verifica, é vasto o campo de análise das companhias aéreas de baixo custo, em especial, no que à Europa diz respeito. O crescimento evidenciado ao longo dos anos, mesmo com as normais “quebras” de companhias aéreas, que entretanto abandonaram o mercado, mostra a enorme vitalidade do setor, acompanhada por resultados económicos e financeiros elevados e aumentos de frota significativos, deixando antever maior competitividade no mercado e mais problemas para as companhias aéreas tradicionais instaladas.

3.7. Impacto das companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo

O crescimento das companhias aéreas de baixo custo tem levado a alterações profundas no mercado da aviação comercial, seja pelo desvio de passageiros das companhias aéreas regulares, seja pela criação de tráfego adicional, obrigando muitas companhias aéreas tradicionais a alterarem e reduzirem a sua presença na Europa (Doganis, 2010).

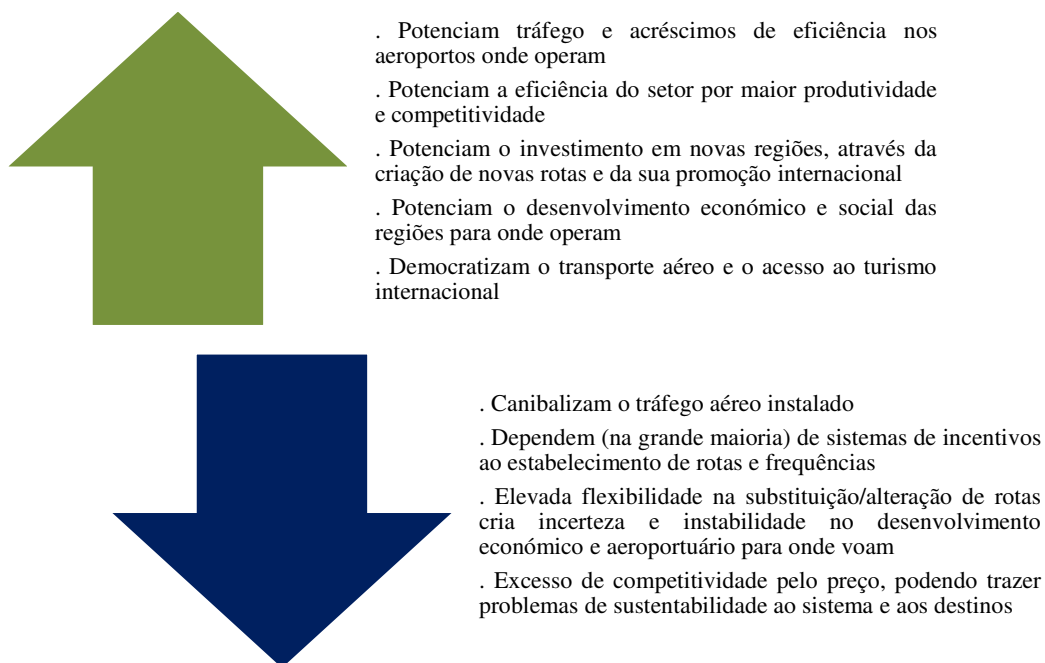
A *British Airways* deixou a sua operação de médio curso em Manchester, assim como, reduziu substancialmente a sua presença em Londres-Gatwick, permitindo que a *easyJet* seja hoje a companhia aérea dominante nas operações de médio curso¹⁷. A *Air France*

¹⁷ Em 1998, a *British Airways* fundou a companhia aérea *low cost Go*, vendida em 2002 à *easyJet*. O último voo da *Go* aconteceu a 29 de março de 2003 (Anna.aero, 2012).

abandonou os voos entre Londres e as cidades de Marselha, Nice, Bordéus e Toulouse, em França, do mesmo modo que a SAS reduziu a sua rede na Europa (Doganis, 2010).

Um estudo elaborado pela ELFAA (2004) mostra que apenas 37% dos passageiros, na Europa, são tráfego de transferência das companhias tradicionais, enquanto 59% corresponde a tráfego novo, sendo que 71% nunca viajaria se não existissem as companhias aéreas de baixo custo. Brilha (2008) considera que as companhias aéreas de baixo custo levaram à criação de uma procura nova e induzida, atraindo novos utilizadores que anteriormente não teriam condições de viajar de avião, assim como, pelo aumento da frequência da viagem nos turistas atuais.

A Figura 19 visa resumir algumas das vantagens e desvantagens inerentes à entrada das companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo nas regiões onde operam (ACIF, 2008). Como referido no documento citado, relativo à criação de cenários prospetivos de desenvolvimento turístico na Região Autónoma da Madeira (RAM), a canibalização do tráfego instalado atingirá, em média, os 36%, razão pela qual, muitas das companhias aéreas tradicionais decidem reduzir ou abandonar a sua presença em mercados onde as *low cost carriers* se implantam.



Fonte: Elaboração própria a partir de ACIF (2008)

Fig. 19. Vantagens e desvantagens da entrada das companhias aéreas de baixo custo

A Tabela 6 abaixo, visa sintetizar os principais trabalhos científicos ou com impacto para o tema sobre a relação entre *low cost carriers* e turismo, não descurando outras variáveis direta ou indiretamente relacionadas, em especial, ao nível dos aeroportos e impactos tarifários.

É evidente, ao longo do levantamento efetuado, que muitos dos trabalhos se focam em aspetos mais operacionais de transportes (liberalização, aeroportos, passageiros, tráfego, tarifas, subsídios, *yields*, etc.) e menos, como desejável, na relação entre as companhias aéreas de baixo custo e o seu contributo para o desenvolvimento do turismo.

Por outro lado, sendo um tema com vasta investigação, são raros os países ou regiões que não tenham trabalhos publicados relativos às *low cost carriers*, pelo que, houve necessidade de seleção de alguns mercados, assim como, limitações ao nível de algumas línguas, levaram à consulta de fontes apenas em inglês, francês, espanhol e italiano, além de português.

Tabela 6

Companhias aéreas de baixo custo e turismo

Autor	Descrição	Citado em
<i>Transportation Research Board [TRB]</i> (1991)	A entrada das <i>LCCs</i> no mercado aumentou a concorrência e ditou uma maior pressão nas tarifas.	Lian & Denstadli (2010)
Whiston & Collins (1992)	A entrada da <i>LCC People Express</i> no mercado americano resultou na queda das tarifas em 34% em 15 rotas no período 1984-85.	Dresner, Lin & Windle (1996)
Bennett & Craun (1993)	A entrada da <i>Southwest Airlines</i> na rota Oakland-Burbank (U.S.A.) levou a uma quebra de 55% na tarifa média e a um aumento de seis vezes no tráfego de passageiros.	Abda, Belobaba & Swelbar (2011)
Windle & Dresner (1995)	A entrada da <i>Southwest Airlines</i> numa rota dos E.U.A., com dados entre 1991 a 1994, resultou num decréscimo de 48% na tarifa média e um aumento de 200% no tráfego de passageiros.	Dresner, Lin & Windle (1996)
Dresner, Lin & Windle (1996)	A entrada da <i>Southwest Airlines</i> no aeroporto de Baltimore (U.S.A.) representou uma descida nas tarifas e um aumento de 400% no número de passageiros. Em média, a entrada de uma <i>LCC</i> numa rota representa um decréscimo de 38% no <i>yield</i> dessa rota.	
Barrett (2000)	<i>LCCs</i> começaram a dar "vida" aos aeroportos mais pequenos e aos destinos turísticos (...) e as tarifas baixas oferecidas estimularam o tráfego de pontos regionais.	Francis, Humphreys & Ison (2004)

Williams (2001)	Com a entrada das <i>LCCs easyJet, Go e Ryanair</i> na rota Londres-Glasgow (Reino Unido), entre 1995 e 2000, o tráfego de passageiros aumentou 53%, comparável com os 10% entre 1990 e 1995.	Lei (2006)
Papatheodorou (2003)	Estreita colaboração entre <i>LCCs</i> , aeroportos regionais e autoridades regionais poderá criar estratégias ganhadoras (<i>win-win-win</i>) para as partes envolvidas. Inicialmente as autoridades regionais devem proporcionar acordos preferenciais para atrair as <i>LCCs</i> . As tarifas baixas destas vão encorajar os turistas a visitar a região o que vai criar novos negócios e oportunidades, representando um elevado contributo para o desenvolvimento da economia regional, emprego e geração de rendimento.	Lei (2006)
Barrett (2004)	Reduções tarifárias foram um "trunfo" nas operações da <i>Ryanair</i> que cresceu de 4 rotas em 1991 para 180 em 2004 e com o número de passageiros a aumentar dos 200 mil para os 28 milhões. Barrett exemplifica com os impactos da <i>Ryanair</i> nos aeroportos de Stansted, Prestwick e Glasgow (Reino Unido), Charleroi (Bélgica) e Frankfurt-Hahn (Alemanha) e os crescimentos exponenciais nestes aeroportos. A redução das tarifas médias em 23%, permitiu à <i>Ryanair</i> atrair 12 milhões de passageiros adicionais.	
Baum (2004)	Ao nível dos destinos, as companhias <i>low cost</i> , particularmente a <i>Ryanair</i> , criou oportunidades para o desenvolvimento do turismo nas cidades tradicionalmente fora dos circuitos habituais. Localidades como Tours e Carcassone em França, Lubeck na Alemanha e Newquay em Inglaterra vivenciaram oportunidades para o desenvolvimento de novos setores turísticos ou para aumentar e diversificar as épocas turísticas e os mercados existentes.	
ELFAA (2004)	O aparecimento das <i>LCCs</i> revolucionou o turismo na Europa, tornando acessível um elevado número de novos destinos turísticos por ar. A aposta em aeroportos secundários e voos diretos veio facilitar o turismo inter-regional com os passageiros a viajarem em férias ou visitando familiares e amigos em regiões onde a relutância para viajar era maior pela maior complexidade da viagem (através de aeroportos congestionados).	
<i>European Union Transport Report</i> (2004)	A cooperação entre <i>low cost carriers</i> e as regiões é bem sucedida contribuindo enormemente para a integração europeia e desenvolvimento das regiões (...). As regiões têm vivido um aumento do crescimento económico em setores como o turismo e vivenciado o desenvolvimento de pequenas e médias empresas num leque alargado de setores empresariais.	Donzelli (2010)

Gruppo CLAS (2005)	O setor <i>low cost</i> foi o motor para o desenvolvimento do tráfego para o aeroporto Bergamo-Orio al Serio (Itália). A abertura dos primeiros voos da <i>Ryanair</i> em 2002 e a criação de uma base operacional em fevereiro de 2003, levou a que o número de passageiros no aeroporto tenha passado dos 1,05 milhões em 2011 para os 4,22 milhões em 2005.	
Mason (2005)	Tráfego de lazer tem aumentado à medida que as <i>LCCs</i> têm introduzido tarifas baixas, gerando tráfego novo e ganhando quota de mercado às companhias tradicionais e <i>charters</i> .	
Mansson (2005)	O lançamento de um novo serviço <i>low cost</i> em Malmo-Sturup (Suécia) gerou mais de 200 postos de trabalho, teve um importante efeito positivo no turismo, na economia local e regional e no aumento de impostos para a administração local.	Donzelli (2010)
O'Connell & Williams (2005)	Além de atraírem passageiros dos autocarros e <i>ferries</i> , ambas as companhias aéreas (<i>Air Asia</i> e <i>Malaysia</i>) tiveram uma elevada proporção de primeiros clientes aéreos (<i>first time flyers</i>), amplamente atraídos pelas tarifas baixas. <i>LCCs</i> atraíram um elevado mercado jovem com 24% dos passageiros da <i>Ryanair</i> e 47% da <i>Air Asia</i> com idades inferiores a 24 anos, sendo que 87% deste grupo de idades viajava por motivos não ligados a negócios, incluindo VFA e educação.	
Barbot (2006)	Acordos entre <i>low cost</i> e os aeroportos, muitas delas dominantes e criando bases operacionais, tiveram efeitos económicos importantes no aumento da procura, apesar das assimetrias entre as partes negociais, dado o poder negocial das companhias aéreas (...) (caso do aeroporto de Charleroi, Bélgica).	
<i>European Travel Comission</i> [ETC] (2006)	Turismo de cidade tem sido importante para a Polónia, em especial desde que muitos aeroportos secundários abriram ao turismo através de voos das companhias <i>low cost/no-frills</i> .	
Forsyth (2006)	O processo de liberalização teve grande impacto no turismo, especialmente com o " <i>boom</i> " das <i>LCCs</i> .	Castillo-Manzano, López-Valuesta & González-Laxe (2011)
Pantanzis & Liefner (2006)	Tráfego no aeroporto de Hanover e Cologne-Bonn (Alemanha) aumentou 9% e 43%, respetivamente, em 2003, em grande parte devido à operação das <i>LCCs</i> . 40% dos passageiros das <i>LCCs</i> não teriam viajado se não existissem tarifas baixas.	Lian & Denstadli (2010)
Rost, Kruger & Van den Brande (2006)	As <i>LCCs</i> contribuem para o aumento da procura turística e, potencialmente, para a ocupação nos hotéis. Destinos não servidos pelas <i>LCCs</i> irão, muito provavelmente, ver a procura turística diminuir.	
Aguiló, Rey, Roselló & Torres (2007)	Em 2005, os aeroportos com maior crescimento (Santander, Murcia, Gerona e Valladolid) deveu-se à presença das <i>LCCs</i> . Pode-se afirmar que a	

	reconhecida dinâmica do turismo espanhol nos últimos anos não pode ser explicada sem a expansão das <i>LCCs</i> e a especialização de alguns aeroportos nestas companhias aéreas.	
Alderighi & Cento (2007)	O crescimento do tráfego (no aeroporto de Edimburgo, Escócia) deve-se imputar exclusivamente à dinâmica das <i>LCCs</i> . O crescimento das companhias <i>low cost</i> é particularmente importante para os mercados turísticos.	
Siciliano & Vismara (2007)	Em 2005, dos 37,1 milhões de turistas em Itália, 43% viajou de avião dos quais 33,2% em <i>LCCs</i> . Um estudo sobre quatro aeroportos italianos (Roma-Ciampino, Bergamo-Orio al Serio, Pisa e Treviso) mostra que os passageiros <i>low cost</i> estrangeiros aportaram 990,8 milhões de euros em 2005 e 1142,7 milhões de euros em 2006, representando cerca de 30% da despesa total dos turistas <i>low cost</i> que visitaram Itália.	
Barbot (2008)	A tendência de recuperação do tráfego no aeroporto do Porto dá-se, em função de ajustamentos no preço e serviço, devido à concorrência das <i>LCCs</i> , em especial da <i>Ryanair</i> .	
Barrett (2008)	(...) as companhias <i>low cost</i> oferecem flexibilidade para um leque alargado de destinos <i>short break</i> como alternativa às tradicionais duas semanas no litoral.	
Echevarne (2008)	Para muitos dos aeroportos regionais, as <i>LCCs</i> são a única opção para crescerem. Muitos deles atingiram níveis de passageiros que nunca imaginaram; muitos deles duplicaram facilmente o tráfego ano após ano. Outros aeroportos regionais que tinham pouca ou nenhuma atividade comercial ou apenas tráfego sazonal, tiveram uma nova vida com a chegada das <i>LCCs</i> . Instituições públicas e privadas, em particular da indústria turística, tiveram um papel importante na atratividade das <i>LCCs</i> , com a chegada repentina de um número considerável de turistas.	
Graham & Shaw (2008)	Com a expansão da Europa, entre 2004 e 2007, assistiu-se ao aparecimento de novas <i>LCCs</i> e ao desenvolvimento de novos mercados como Praga (República Checa), Budapeste (Hungria), Cracóvia (Polónia), Talin (Estónia) e Riga (Letónia).	
Lourenço (2008)	Apesar da entrada tardia das companhias <i>low cost</i> no mercado português, o seu desenvolvimento foi fulgurante nos últimos anos, sendo este segmento do mercado atualmente responsável por mais de um terço do mercado ponto-a-ponto nos aeroportos nacionais. Este crescimento foi conseguido, quer através da conquista de mercado às companhias tradicionais, quer trazendo novos passageiros para o mercado que, de outra forma, não recorreriam ao transporte aéreo para realizarem as suas viagens.	
Bel (2009)	O aumento contínuo de voos da companhia <i>low cost</i>	

	<i>Ryanair</i> tem sido um principal fator de crescimento do aeroporto de Girona, Espanha (em 2003 a quota de mercado da <i>Ryanair</i> era de 66% que aumentou para os 88% em 2007). Mais de 85% das viagens para o aeroporto de Girona, no verão de 2005, tinham motivações turísticas - 71,7% em férias e 13,7% visitando familiares e amigos.	
Dobruszkes (2009)	A diversificação espacial das <i>LCCs</i> levou a que 60% do tráfego nas novas rotas europeias oeste-este sejam nestas companhias aéreas, o que, combinando com as tarifas baixas oferecidas por estas e a promoção feita pelos destinos tem levado a um aumento do turismo.	
Fageda & Fernández-Villadangos (2009)	Viajantes obtiveram vários benefícios pela entrada das <i>LCCs</i> no mercado espanhol. Tiveram vantagens das tarifas mais baixas em determinadas rotas e as <i>LCCs</i> oferecem mais alternativas mesmo, em rotas de baixa densidade.	
Gonçalves (2009)	O estudo mostra evidência que existe uma relação direta entre a presença das <i>LCCs</i> na Madeira e o desenvolvimento do turismo e do transporte aéreo. No entanto, embora o aumento do número de frequências tenha resultado em mais turistas e dormidas nos hotéis, a maior flexibilidade na realização de <i>short</i> e <i>weekend breaks</i> tiveram impacto direto no decréscimo da estada média.	
Rebollo & Baidal (2009)	A expansão das <i>LCCs</i> tem contribuído para a evolução positiva dos fluxos turísticos internacionais para destinos maduros (caso de Espanha), com uma taxa de crescimento dos passageiros de 15,2% entre 2001 e 2005.	
Uittenbogaard (2009)	O estudo do efeito das <i>LCCs</i> em três aeroportos (Glasgow-Prestwick, Reino Unido; Stockholm-Skavsta, Suécia e Dusseldorf-Weeze, Alemanha) valida que a chegada das <i>LCCs</i> teve um efeito positivo na região, aumentando o número de visitantes e a <i>catchment area</i> , com o desenvolvimento económico sentido no mercado turístico alargado à região (mais do que apenas na comunidade local).	
Campisi, Costa & Mancuso (2010)	O sucesso das <i>LCCs</i> tem muito a ver com o desenvolvimento dos aeroportos regionais e secundários que gradualmente se especializaram no transporte de passageiros. O aumento do tráfego, entre 2000 e 2006, em doze aeroportos secundários italianos permite concluir que o crescimento desses aeroportos beneficia as regiões limítrofes. Por outro lado, não existe evidência da canibalização de mercado pelas <i>LCCs</i> em relação às <i>FSCs</i> .	
Donzelli (2010)	O aparecimento das companhias aéreas de baixo custo contribuíram para o aumento do tráfego nos aeroportos do Sul da Itália (regiões de Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicília e Sardenha), com aumentos dos turistas internacionais entre 2000 e 2006 na ordem dos 20%	

	em Brindisi e 101% em Catanzaro (o estudo incluiu ainda, entre outros, os aeroportos de Alghero (53%), Pescara (37%) e Trapani (30%)). Do mesmo modo, os aeroportos com bases operacionais das <i>LCCs</i> viram a sua sazonalidade reduzida (redução de 58% em Roma-Ciampino, 40% em Treviso e 36% em Bergamo).	
Graham & Dennis (2010)	A entrada da <i>Ryanair</i> em Malta, em 2007, levou a um forte crescimento do tráfego (10,9%) com o número de turistas a crescer a uma taxa superior à da última década (11%). Por seu lado, as <i>LCCs</i> levaram a um aumento de novos viajantes que visitaram Malta pela primeira vez.	
Lian & Denstadli (2010)	O extraordinário aumento das chegadas de turistas (na Noruega) nos anos recentes deve-se à entrada em cena das companhias aéreas de baixo custo, que representam 30% do mercado, em 2010, em comparação com os 13% em 2003.	
Pulina & Cortés-Jiménez (2010)	A introdução de <i>LCCs</i> em Alghero (Itália) foi um dos principais motivos para o crescimento do turismo na última década.	
Almeida (2011)	A operação das companhias aéreas de baixo custo no aeroporto de Faro permitiu o aparecimento de novas rotas e voos para novas regiões da Europa, ao longo do ano, com um significativo aumento na acessibilidade e desenvolvimento de um novo turismo (turismo residencial).	
Castillo-Manzano, López-Valpuesta & González-Laxe (2011)	No inquérito levado a cabo em vários aeroportos espanhóis, concluem que o <i>boom</i> do turismo que muitas das cidades viveu recentemente, com o aparecimento das companhias aéreas de baixo custo, criou uma corrente de simpatia no setor do turismo e apoio a este tipo de companhias aéreas, com exceção dos agentes de viagens.	
Chung & Whang (2011)	As <i>LCCs</i> induziram, nos últimos dez anos, turismo adicional para a ilha de Jeju (Coreia do Sul) e contribuíram igualmente para o desenvolvimento da economia local na ilha. Os rendimentos de alojamento subiram substancialmente e a taxa de desemprego caiu significativamente quando o número de passageiros para Jeju cresceu dramaticamente devido à entrada das novas <i>LCCs</i> .	
Dobruszkes, Lennert & Van Hamme (2011)	Apesar da concentração dos serviços aéreos na Europa nas regiões urbanas (64% da dimensão económica, poder de decisão económico e atratividade turística está concentrada em áreas urbanas), as <i>LCCs</i> servem regiões que, algumas vezes, parecem destinos pouco prováveis, pela utilização de aeroportos secundários ou aeroportos urbanos de segunda linha.	
Rey, Myro e Galera (2011)	Estudo em seis comunidades autonómicas (em Espanha), que representam 90% das chegadas de turistas em <i>LCCs</i> (EU 15 países), teve um efeito positivo na economia espanhola, em particular, no	

	turismo. Um aumento de 10% do número de visitantes viajando em <i>LCCs</i> pode representar um aumento na média <i>per capita</i> do número de turistas (EU 15 países) de 0,2%.	
Abda, Belobaba & Swelbar (2011)	Testes estatísticos permitem-nos concluir que a entrada das <i>LCCs</i> num determinado aeroporto teve um impacto estatisticamente significativo baixando as tarifas médias, (...) evidenciando ainda que o tráfego de passageiros cresceu, em média, 28,5% em 26 aeroportos (americanos) com crescimento substancial de <i>LCCs</i> entre 2000 e 2005 (...). Os impactos das <i>LCCs</i> nos mercados de transporte aéreo - preços médios mais baixos e volumes de passageiros mais altos - são evidentes em todo o período em estudo, entre 1990 e 2008.	
Gross & Luck (2011)	O duopólio entre as companhias existente <i>Qantas</i> e <i>Air New Zealand</i> levou à entrada de novas <i>LCCs</i> com preços significativamente mais baixos. Estas tarifas descontadas aumentaram a competição, levando a grandes vantagens para os consumidores. (...) Esta situação tornou as viagens de avião mais atrativas acelerando as taxas de crescimento positivas na indústria do turismo na Austrália e Nova Zelândia.	
ASM (2012a)	O crescimento das <i>LCCs</i> na Europa mudou o modo de viajar dos europeus e o impacto que isto teve no setor do turismo, dando “vida” aos mercados de <i>city break</i> e <i>short break</i> em toda a Europa. (...) foram as <i>LCCs</i> quem verdadeiramente mudou o modo como viajamos.	
Costa, Alves, Leite e Moreira (2012)	A presença das <i>LCCs</i> no aeroporto do Porto contribuiu para a revitalização da indústria hoteleira na cidade e na região, assim como, para a reabilitação da Baixa Portuense. O número de turistas aumentou significativamente e o Porto é agora uma cidade renovada e cosmopolita, capaz de gerar novas oportunidades, emprego e riqueza para a cidade e região.	
Olipra (2012)	As <i>LCCs</i> foram responsáveis por um aumento de 84% do volume de passageiros na Polónia, sendo que, com exceção do aeroporto de Varsóvia-Okęcie (23,81%) todos os restantes nove aeroportos (Cracóvia, Katowice, Gdansk, Wrocław, Poznan, Lodz, Rzeszow, Szczecin e Bydgoszcz) apresentam quotas de mercado superiores a 50%, sendo a mais baixa de 64,33% em Wrocław.	
Jimenez, Claro & Sousa (2012)	Numa análise empreendida entre 2001 a 2010, concluíram da importância das companhias aéreas de baixo custo mas, acima de tudo, sobre a importância dos diferentes modelos de negócio aéreo para o desenvolvimento e equilíbrio nos aeroportos nacionais, de modo a reduzir a incerteza e aumentar o respetivo tráfego comercial.	

Miocic, Susac & Milkovic (2012)	Embora relativamente pequeno (turismo na região de Zadar, Croácia), o aumento do número de turistas pela via aérea deve-se a um crescimento do controlo do mercado aéreo e a um aumento do número de companhias aéreas <i>low cost</i> oferecendo preços acessíveis. O estudo efetuado (256 inquiridos no aeroporto de Zadar) mostra que 73,4% dos turistas que viajou numa <i>LCC</i> visita a Croácia pela primeira vez.	
Yeung, Tsang & Lee (2012)	O principal atributo para voar numa <i>LCC</i> , em voos de médio curso, é o fator preço (sendo o segundo atributo para uma <i>long haul low cost</i>) (inquérito realizado em Hong Kong em <i>LCCs</i> asiáticas).	
Zhang & Lu (2012)	O desenvolvimento das <i>LCCs</i> na China tem evidenciado um crescimento significativo do tráfego da <i>Spirit Airlines</i> , apesar das companhias estatais com acesso a subsídios governamentais à sua operação.	
Abrantes (2013)	Globalmente, a grande maioria dos turistas instalados nos <i>hostels</i> de Lisboa e Porto utilizará as <i>LCCs</i> nas suas deslocações a estas cidades, mas na cidade do Porto essa evidência chega aos 81,8% (72,7% em Lisboa, a que não será alheio a importância que a TAP detém neste aeroporto e na concentração de meios – <i>hub</i> – para a captação de tráfego de ligação).	
Alivernini, D'Ignazio e Migliardi (2013)	As operações das <i>LCCs</i> (em Itália) influenciam positivamente a entrada de receitas de turistas. Se a distância (em termos de tempo de percurso) aumenta ao aeroporto <i>low cost</i> mais próximo, a despesa turística diminui. Enquanto na zona Centro-Norte de Itália não é significativo, na zona Sul (<i>Mezzogiorno</i>) os voos das <i>LCCs</i> permitiram conectar um maior número de turistas de destinos mais distantes, em termos de tempo percorrido e com preços mais vantajosos.	
Campilho (2014)	A região Norte de Portugal tem encontrado nas <i>LCCs</i> um importante aliado para a promoção do turismo regional. Desde que se instalaram naquela região usando como base o aeroporto do Porto, as <i>LCCs</i> têm dado um contributo fundamental para o incremento do número de turistas que a visitam por via aérea. As <i>LCCs</i> surgiram, no aeroporto do Porto, em novembro de 2004 fazendo aumentar o tráfego de passageiros desembarcados de 1.458.734 passageiros em 2005 para 3.150.897 em 2013 (aumento de 116%), ano em que as <i>LCCs</i> passaram a ter uma quota de mercado de 58% do total de passageiros desembarcados. Acompanhando esta evolução do número de desembarques, também as dormidas de turistas internacionais na região Norte apresentam uma evolução positiva no mesmo período (2005-2013), passando de 1.279.400 para 2.498.121 dormidas (aumento de 95%).	

Carballo-Cruz & Costa (2014)	O aumento da oferta <i>low cost</i> no Porto fez aumentar o crescimento do turismo na cidade e na região Norte como um todo. Passageiros em turismo no aeroporto do Porto viajam maioritariamente em <i>LCCs</i> (65% em 2012).	
ETC (2014)	A Letónia continua a ser um mercado estratégico para visitantes alemães, com um crescimento de 43.6% e 34.3% de aumento (dados até Julho) em visitas e dormidas, respetivamente. Este aumento decorre da operação da <i>LCC Wizz Air</i> , com duas novas rotas entre a Letónia e a Alemanha (dois voos semanais para Dortmund e Hamburgo).	
Laurino & Beria (2014)	A negociação de apoios às companhias aéreas de baixo custo nos aeroportos mais pequenos mostram-se insuficientes para cobrir o custo desses incentivos, sendo muitas vezes, utilizados para promover os destinos. Nos casos em estudo (aeroportos em Itália) da região de Alghero e Puglia (aeroportos de Bari, Brindisi, Foggia e Taranto) o efeito mostrou-se positivo no tráfego, mas no caso da Emília-Romanha (aeroportos de Forli, Bolonha, Rimini e Parma) assitiu-se a uma canibalização do tráfego entre aeroportos.	
Bilotkach, Gaggero & Piga (2015)	Reduções tarifárias têm impactos na subida do <i>load factor</i> dos voos turísticos. No entanto, as flutuações em voos de tráfego totalmente turístico mostram resultados contrários quanto à perceção que os passageiros turísticos são mais sensíveis ao preço e à resposta a descidas tarifárias (os autores atribuem esta situação às reservas feitas com elevada antecedência por este segmento de mercado).	
Clavé, Saladié, Cortés-Jimenez, Young A. & Young R (2015)	A introdução de voos <i>low cost</i> trouxe novos turistas a um destino maduro (Reus, Espanha), assim como, um destino maduro está bem sustentado em turistas ‘leais’ que continuariam a visitar o destino mesmo que as <i>LCCs</i> não voassem (a decisão para viajar pelos “ <i>low cost loyal tourists</i> ” é altamente influenciada (90,8%) pela presença de rotas de <i>LCCs</i> (...)).	
ETC (2015)	Destinos da Europa Central e de Leste dominam o <i>top</i> em crescimento de muitos dos mercados europeus, incluindo a Itália. O aumento das ligações aéreas entre esses países e os países da Europa Ocidental ajudam a suportar essa tendência de longo prazo, em particular, no que respeita às ligações com as <i>LCCs</i> , enquanto esses destinos se mantiverem mais atrativos que outros destinos europeus e muitos dos turistas europeus se mantiverem <i>cost conscious</i> .	

Fonte: Elaboração própria

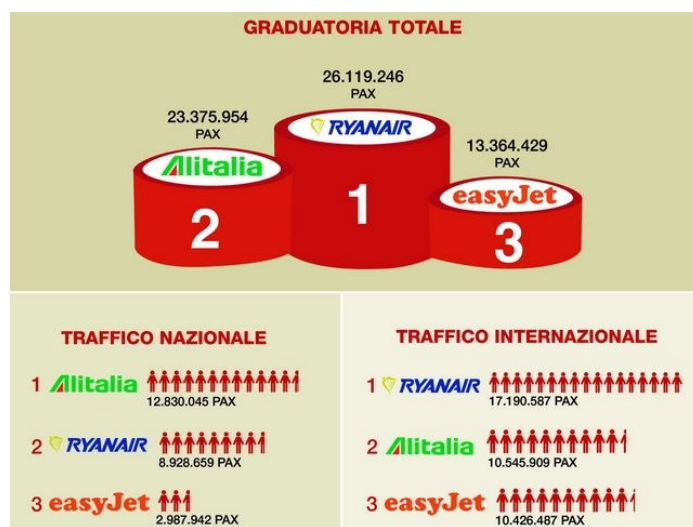
Como se verifica, o crescimento das *low cost carriers* tem vindo a ser estudado exaustivamente, embora se denotem maiores trabalhos de investigação ligados a mercados recetores de turistas, como são o caso particular de Espanha e de Itália, pelo

que se optou igualmente por uma caracterização mais aprofundada e atualizada relativamente a esses países.

Dados mais recentes apurados para os aeroportos italianos (ENAC, 2013; 2014; 2015) mostram que o aeroporto de Bergamo-Orio al Serio, nos últimos anos, tem recebido anualmente cerca de 8 milhões de passageiros em voos *low cost*, tendo sido o principal aeroporto *low cost* em Itália em 2012 e 2013. O reforço das operações e a criação de bases operacionais das principais companhias *low cost*, em 2014, nos aeroportos de Milão-Malpensa e Roma-Fiumicino – aeroportos tradicionalmente de tráfego de companhias tradicionais – levaram ao reforço da importância destes aeroportos igualmente no tráfego de baixo custo.

Em termos globais, a *Ryanair* tem sido a principal companhia aérea de/para Itália com mais de 16,2 milhões de passageiros internacionais transportados em 2013, seguida do Grupo *Alitalia* com mais de 10,3 milhões de passageiros. No tráfego doméstico os papéis invertem-se – 13,7 milhões para o Grupo *Alitalia* e 6,8 milhões para a *Ryanair* –, embora fosse de prever que, em 2014, face ao aumento de rotas e à criação de novas bases operacionais em Itália da *Ryanair* e à crise da *Alitalia* (vendida à *Ethiad* – Clark, 2014), que esta diferença se viesse a esfumar.

Efetivamente, dados para 2014, vieram colocar a *Ryanair* como a principal companhia aérea em Itália, apesar de, no tráfego nacional a *Alitalia* manter-se como a principal companhia aérea (ENAC, 2015).



Fonte: Retirado de Zucco (2015)

Fig. 20. Tráfego de passageiros por companhia aérea em Itália (2014)

A *Vueling* ocupa já a quinta posição com 3,8 milhões de passageiros quando, em 2012, se situava na décima posição. A criação da base em Roma-Fiumicino, em março de 2012, veio permitir o reforço da posição neste mercado, como referido pelo seu CEO, Alex Cruz (Kingsley-Jones, 2015).

No entanto, apesar do crescimento verificado no tráfego, Giacinto e Migliardi (2014) constataram que, no período 2000-2009 o tráfego *inbound* em Itália não teve a mesma correspondência nas receitas turísticas de estrangeiros no país, as quais, em termos reais, até decresceram. Tal facto decorre, de acordo com os autores, a uma menor estada média, assim como, a um decréscimo no gasto diário por turista.

Quanto ao mercado espanhol, depois de vários anos em que as companhias aéreas de baixo custo lideraram nas chegadas internacionais aos aeroportos deste país (em 2013 foram 64,4 milhões de passageiros, sendo as companhias aéreas de baixo custo responsáveis por 54,2% do tráfego global, depois de quotas de mercado de 58% e 56,9% em 2012 e 2011, respetivamente), as companhias aéreas tradicionais foram maioritárias em 2014 com 35,5 milhões de passageiros, ou seja, uma quota de 52,1% contra 47,9% das companhias aéreas de baixo custo (IET, 2012-2015).

Segundo informação da AENA (2015), em 2014, tal como já havia acontecido nos anos anteriores, a *Ryanair* manteve a sua posição de liderança no mercado espanhol, com mais de 31,7 milhões de passageiros (valor que continua em queda face a 2013 – 32,4 milhões de passageiros – e depois de ter atingido o valor *record* de 35,5 milhões de passageiros em 2012).

A *Vueling* consolidou a sua posição como a segunda companhia aérea mais importante em Espanha, aproximando-se da *Ryanair* (26,9 milhões de passageiros, ou seja, mais 3,4 milhões de passageiros que em 2012). Desde 2010, ano em que a *Iberia* perdeu a liderança no mercado espanhol – com 28,9 milhões de passageiros –, esta companhia aérea regular viu baixar o seu tráfego em mais 15,6 milhões de passageiros, tendo sido ultrapassada pela *Air Europa* em 2013, situação que se mantém em 2014 (14,8 e 13,3 milhões de passageiros na *Air Europa* e *Iberia*, respetivamente). A *easyJet* continuou na 5ª posição no *ranking* do tráfego transportado nos aeroportos de Espanha, com 10,7 milhões de passageiros (mais 0,2 milhões de passageiros face a 2012).

Convém, no entanto, ter em atenção que, com o aumento das taxas aeroportuárias em Espanha, quer a *Ryanair*, quer a *easyJet* reduziram significativamente a sua capacidade (incluindo o encerramento de bases operacionais), cujos reflexos são evidentes ao nível da queda da *Ryanair*, a partir de 2012 e da quase estagnação da *easyJet*.

Mesmo assim, uma análise mais objetiva aos voos operados em Espanha pela *Ryanair*, seja para as suas bases operacionais ou para outros aeroportos, mostra o peso que esta companhia aérea tem para esses destinos, onde assumiu primazia, ao longo dos anos, na grande maioria dos aeroportos para onde opera.

A comparação com 2010 – tomando como base a rede de operações de 2014 – evidencia que já, nesse ano, a *Ryanair* liderava em muitos dos aeroportos¹⁸. A comparação com o ano de 2013 mostra consistência na operação, embora com uma perda de tráfego mais acentuada nos aeroportos fora das bases operacionais (-7,6%) que nessas mesmas bases, onde globalmente o tráfego praticamente se manteve (-0,4%):

Tabela 7

Voos operados pela *Ryanair* em Espanha

Aeroportos	2010			2013			2014		
	Nº passageiros	Ranking		Nº passageiros	Ranking		Nº passageiros	Ranking	
		Ryanair	Principal Cº		Ryanair	Principal Cº		Ryanair	Principal Cº
Bases Operacionais Ryanair									
Alicante	3.152.724	1º		2.673.107	1º		2.605.477	1º	
Barcelona	-			4.254.049	2º	Vueling	4.760.426	2º	Vueling
Girona	4.615.164	1º		2.474.202	1º		1.905.685	1º	
Gran Canària	682.457	4º	Binter	971.990	1º		996.821	1º	
Lanzarote	602.040	1º		1.083.332	1º		1.273.713	1º	
Madrid	4.801.246	2º	Iberia	3.848.284	3º	Iberia	4.059.711	3º	Iberia
Malaga	2.113.374	1º		2.980.058	1º		2.863.967	1º	
Palma de Maiorca	1.611.191	3º	Air Berlin	3.186.354	2º	Air Berlin	3.061.792	2º	Air Berlin
Sevilha	1.046.987	2º	Vueling	1.464.874	1º		1.373.227	1º	
Tenerife Sul	847.732	1º		1.484.885	1º		1.610.806	1º	
Valência	-			1.803.020	1º		1.594.723	1º	
Outros aeroportos operados									
Almeria	177.832	2º	Air Nostrum	103.580	2º	Air Nostrum	108.957	2º	Air Nostrum
Fuerteventura	-			592.708	1º		664.575	1º	
Ibiza	626.585	2º	Vueling	1.322.843	1º		1.398.778	1º	
Jerez	189.156	2º	Iberia	144.968	1º		111.212	4º	Air Nostrum
Menorca	-			244.417	4º	Vueling	195.206	4º	Vueling
Murcia	630.525	1º		597.292	1º		570.021	1º	
Reus	1.004.159	1º		622.812	1º		460.166	1º	
Santander	643.432	1º		782.588	1º		596.201	1º	
Santiago de Compostela	692.662	1º		1.029.970	1º		938.617	1º	
Tenerife Norte	-			191.462	6º	Air Europa	183.416	6º	Air Europa
Valladolid	198.612	1º		144.783	1º		113.397	1º	
Zaragoza	370.485	1º		271.416	1º		249.523	1º	

Fonte: Elaboração própria a partir das estatísticas de tráfego da AENA (2011, 2014, 2015)

¹⁸ Esta capacidade de captação de tráfego, como já reconhecida em Portugal para os aeroportos de Faro e Porto, é igualmente evidenciada na sua entrada em Lisboa onde, no primeiro mês de operação – dezembro de 2013 – ocupou a 3ª posição no *ranking* dos passageiros transportados (Presstur, 2014c).

Iñiguez, Plumed e Martinez (2014) estudaram a complexidade da rede de exploração da *Ryanair* em Espanha, assim como, o grau de centralidade de um aeroporto na sua ligação aos principais nós (destinos) de uma rede, concluindo que, no caso de Espanha, o seu valor era baixo (34,25%), dada a operação dispersa por várias bases operacionais/aeroportos. As conclusões da investigação apontam para o contributo dado pelas companhias aéreas de baixo custo para a consolidação dos destinos turísticos emergentes, pois, no caso de Espanha, cerca de 30% do tráfego internacional foram para cidades que não são tradicionalmente destinos turísticos, como são os casos de Zaragoza, Girona, Jaen e Múrcia (onde o tráfego *low cost* representa 80 a 85% das chegadas de turistas). No caso de Portugal, o grau de centralidade é de 63,99%, ao contrário de Malta, que por ser um destino com um único ponto de entrada, o seu grau de centralidade é de 100%.

Também em Londres, no aeroporto de Stansted, o efeito das companhias aéreas de baixo custo foi evidente. Em 1998, no ano anterior à entrada da *Ryanair*, o aeroporto contava com pouco mais de 1 milhão de passageiros. Em 2002, assente na operação da *Ryanair*, o tráfego de passageiros tinha aumentado para os 16 milhões, dos quais 52% derivavam desta companhia aérea de baixo custo (Barrett, 2004).

O acordo assinado entre o novo proprietário do aeroporto de Stansted (*Manchester Airports Group – M.A.G.*) e a *Ryanair* visa voltar a catapultar o tráfego desta companhia aérea, como já aconteceu no passado. O objetivo passa por “*increase the number of passengers it serves at the airport from just over 13 million a year to more than 18 million by 2018 and then upwards to nearly 21 million passengers a year by 2023*” (Stansted Airport, 2013).

Em 2013, o aeroporto de Stansted movimentou 17,8 milhões de passageiros, um aumento de 2,2% face a 2012, valor que aumentou para os 19,98 milhões em 2014 (mais 12% face a 2013), indo ao encontro dos objetivos traçados até 2018 (Stansted Airport, 2014; Stansted Airport, 2015).

Alderighi e Cento (2007) apontam igualmente o crescimento do tráfego no aeroporto de Edimburgo como resultado da dinâmica das companhias aéreas de baixo custo, as quais são extremamente importantes para os mercados turísticos, uma vez que as companhias aéreas regulares tendem a operar em *hub & spoke* (numa lógica de voos de ligação), enquanto as companhias aéreas de baixo custo operam voos ponto-a-ponto, em especial

para destinos turísticos. Aspecto igualmente reforçado por Barrett (1997), tal como no exemplo na rota Dublin-Londres, onde a abertura do mercado permitiu aumentar o número de passageiros em 64,9%.

Em França, apesar do crescimento das companhias aéreas de baixo custo, a *Air France* tem conseguido manter a sua hegemonia. Mesmo assim, a *Air France* viu baixar o seu tráfego em 2014, face a 2013, na ordem dos 729 mil passageiros (46,14 milhões de passageiros em 2014) e a sua companhia de baixo custo – *Hop!* – perdeu 460 mil passageiros, num total anual de 3,6 milhões de passageiros (DGAC, 2014; DGAC, 2015).

Por seu lado, a *easyJet* e a *Ryanair* (2^a e 3^a companhia aérea em França) viram aumentar, em 2014, o seu tráfego em 876 mil passageiros (*easyJet*) e 354 mil passageiros (*Ryanair*) para valores globais de 13,5 e 8,4 milhões de passageiros na *easyJet* e *Ryanair*, respetivamente.

Segundo dados da York Aviation (2011), a quota de mercado das companhias aéreas de baixo custo na Europa, em 2010, era de 38%, sendo que, no tráfego ponto-a-ponto esse valor ascendia aos 43% (em 2005, esses valores eram 21% e 24%, respetivamente). Previsões efetuadas por esta entidade para 2020 apontam para valores de quota de mercado na ordem dos 45% no cenário base (53% num cenário otimista), sendo que, no tráfego ponto-a-ponto, esses valores ascendem aos 50% e 60%, respetivamente no cenário base e otimista.

Graham e Shaw (2008) consideram que as companhias aéreas de baixo custo são um instrumento importante para o desenvolvimento crescente do turismo de fim-de-semana, *city* e *short breaks* que levaram a uma expansão radical de destinos potenciais. A utilização da *internet* tem permitido captar um tráfego mais eclético, com maiores motivações de cultura, museus, teatros, galerias de arte, arquitetura, além da experiência da própria diversidade das cidades europeias (Barrett, 2008, p. 110). As companhias aéreas de baixo custo vão continuar, deste modo, a ter um grande impacto no turismo de *short breaks* (Barrett, 2008; Graham & Shaw, 2008; Iatrou & Tsitsigarou, 2008; Martinez-Garcia & Raya, 2008; Rost, Kruger & Van den Brande, 2006) e na expansão de potenciais destinos.

Aliás, O’Connell e Williams (2005) consideram, inclusive, que as companhias aéreas de baixo custo têm conseguido atrair mais *short break travellers* que as companhias aéreas regulares, contribuindo para a dinamização deste produto, indo ao encontro da posição de Mason e Alamdari (2007) que já perspetivavam, nessa data, um aumento do número de férias de curta duração nos próximos dez anos.

Os dados evidenciados anteriormente mostram a enorme vitalidade das companhias aéreas de baixo custo que continuam a apostar em aumentos de frota, abrir novas rotas e novas bases operacionais.

Também em Portugal, conforme consignado no Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) e na proposta inicial para a sua revisão, dá-se grande importância a este produto, tendo em atenção o reforço da tendência de desenvolvimento do peso das companhias aéreas *low cost* e dos efeitos que estas induzem no setor (sobretudo ao nível da potenciação dos *short breaks*) (PENT, 2011, p. 9). Como mencionado, o aumento das companhias aéreas de baixo custo no turismo potenciou a captação de novos segmentos de mercado suportando o desenvolvimento de produtos do tipo *city* e *short break*, em que a instalação de bases operacionais das companhias aéreas de baixo custo, em Portugal, permitiu dinamizar e aceder a novos mercados não operados pelas companhias tradicionais.

O documento do plano de desenvolvimento do turismo no horizonte 2015 (PENT, 2012), continua a colocar a tónica na relação entre *city breaks* e companhias aéreas de baixo custo, ao considerar que esse produto pode beneficiar substancialmente pela proliferação das rotas das companhias aéreas de baixo custo.

A mesma preocupação vem consignada no Plano de Ação do Turismo 2020 (Turismo de Portugal, 2015b), em especial no Norte de Portugal ao considerarem uma oportunidade o “*acréscimo de competitividade do negócio turístico na região decorrente do crescimento da oferta de viagens low-cost.*” (p. 59).

Embora sendo relativamente recente em Portugal, em especial no aeroporto do Porto, os primeiros voos *low cost* surgiram, neste aeroporto, em 2004 com a *Air Berlin*, mas foi a partir de 2005, com a chegada da *Ryanair*, que se deu o maior impulso ao desenvolvimento deste tipo de tráfego neste aeroporto (Barbot, 2008). Apesar de terem

iniciado as operações para Lisboa, em 1998 (INAC, 2012), só em 2012 a *easyJet* criou a primeira base operacional neste aeroporto.

A experiência recente com as novas operações das companhias aéreas de baixo custo para os Açores evidenciam que a escolha da viagem foi influenciada pela existência de voos “*low cost*”, com mais de metade dos turistas que optaram pelos Açores a declarar que a existência desses voos foi um fator determinante para a escolha do destino (Melo, 2015). O estudo levado a cabo pelo IPDT mostra ainda que dois terços dos passageiros têm origem em Portugal, com as principais nacionalidades estrangeiras provenientes da Holanda, Alemanha e E.U.A..

Os exemplos mais recentes da entrada das companhias aéreas de baixo custo no mercado, tal como o levantamento bibliográfico efetuado e apresentado na Tabela 6, evidenciam, de forma bastante clara, a capacidade de geração de mercado e de potenciar fluxos que estas companhias aéreas possuem. Muitas delas, depois dos sucessos obtidos na rede de médio curso começam a posicionar-se (ou a estudar) alternativas de implementar companhias aéreas de baixo custo em rotas de longo curso (cuja abordagem será efetuada no ponto 3.9.).

3.8. Perfil dos passageiros utilizadores das companhias aéreas de baixo custo

Pretende-se, neste ponto, até pelo interesse para a própria investigação, perceber o perfil dos passageiros utilizadores das companhias aéreas de baixo custo. Mais uma vez os dados são escassos, com maior preocupação dos diferentes trabalhos científicos na caracterização das diferenças entre modelos de negócio (companhia aérea tradicional *versus* companhia aérea de baixo custo), entre tráfego de lazer e tráfego *business* e nas suas diferentes motivações, nos fatores que afetam os passageiros na escolha de uma companhia *low cost*, na duração da viagem, na duração da estada, entre outros.

Como referido por Dobruszkes (2013), devido à falta de um leque alargado de estudos sobre os passageiros *low cost* e as suas motivações de viagens, é impossível afirmar com precisão quais os “*drivers*” que podem moldar a procura por voos *low cost* e qual o tráfego induzido pelas *low cost carriers* (p. 77). Do mesmo modo, Ferrer-Rossell *et al.* (2014) afirmam que “*few studies have focused explicitly on the air traveller segment*”, tendo os autores apenas identificado três trabalhos científicos (o mais antigo de 2008) relacionados com o perfil dos clientes nas companhias aéreas de baixo custo (p. 115).

A relação entre companhias aéreas de baixo custo e a escolha do modelo de alojamento ajudaria – e muito – a uma melhor caracterização do mercado e a um enquadramento conceptual mais robusto, com posterior ligação à realidade das cidades de Lisboa e Porto, situação que, pela quase inexistência de informação, fica bastante mais comprometida.

A razão tarifária, tal como já tecido em alguns dos trabalhos apresentados na Tabela 6, é a principal motivação para os passageiros que utilizam as companhias aéreas de baixo custo. Como refere Minghetti, citado em Siciliano e Vismara (2007), “*O típico passageiro low cost tem uma baixa propensão a gastar.*”.

Do mesmo modo, O’Connell e Williams (2005) constataram que a tarifa foi a principal razão pela escolha de uma companhia aérea de baixo custo. Quase 90% dos clientes da *Ryanair* identificaram que essa foi a principal razão para a escolha da companhia aérea, valor que supera os 90% na *Air Asia* (aproximadamente 65% na *Air Lingus* e de pouco mais de 30% na *Malaysia Airlines*). Quanto ao alojamento utilizado os autores verificaram que 31% dos passageiros na *Ryanair* ficou em hotéis, enquanto quase 49% dos clientes da *Air Asia* preferiu estalagens, alojamento local, *bed & breakfast* ou *hostels*.

Também Martinez-Garcia e Royo-Vela (2010) apuraram, na segmentação dos utilizadores de voos *low cost* em aeroportos secundários e que permitiu caracterizar quatro *clusters* de viajantes (*price-sensitive travellers*, *destination and flight-conscious travellers*, *non-sensitive and business travellers* e *educational and second residence travellers*) que o preço baixo é, geralmente, a característica mais valorizada num voo, pelos *price-sensitive travellers* (o segmento de maior representatividade com 45,5%). Neste *cluster*, a principal motivação são as tarifas baixas, não se valorizando outros fatores de escolha, exceto o preço e tendem a escolher alojamento de categoria mais baixa (hotéis de uma ou duas estrelas e *guesthouses*). Esse segmento evidencia igualmente que 42,9% dos clientes têm menos de 24 anos, 38,36% são estudantes, 81,2% viaja em férias e 10,35% para visitar familiares ou amigos. A quase metade dos inquiridos (44,84%) tem uma duração de viagem entre 4 a 7 dias, sendo, neste caso, a viagem para a Costa Espanhola (43,62%) o principal destino, seguido de Barcelona com 36,8%. O tipo de alojamento preferido são os hotéis de 1 e 2 estrelas e as *guesthouses* (20,38%) e os apartamentos alugados (16,85%).

Ferrer-Rossell *et al.* (2014), com base no estudo realizado em 2010, em 23 aeroportos espanhóis (EGATUR – *Encuesta de gasto turístico*) concluíram que 49% dos turistas viajaram sem pacote turístico utilizando uma *low cost carrier*.

Calvé *et al.* (2015), no estudo levado a cabo sobre Reus (Espanha), verificaram que mais de 60% dos “*low-cost loyal tourists*” em alojamento registado e quase 70% em alojamento não registado afirmaram que o preço tinha sido a principal razão para decidirem voar para o aeroporto de Reus.

Para Mason e Alamdari (2007), a expectativa para os *leisure passengers* é que a tendência de preços baixos se mantenha. Quando os preços variam, os passageiros das companhias aéreas de baixo custo são mais sensíveis à mudança de destino, porque o preço é o maior fator na sua escolha. Edwards (2009), num estudo preliminar em 100 inquiridos à chegada a Birmingham (Reino Unido), 18 dos quais de avião, concluiu que a principal razão para a escolha de uma companhia aérea era o custo (11 respostas), sendo os demais fatores difusos na escolha (serviço, horário – 2 cada; acessibilidade, serviço direto, conveniência – 1 cada).

Davison e Ryley (2010) concluíram que a maioria dos participantes no estudo levado a cabo (preferências dos turistas das East Midlands, no Reino Unido, para destinos de companhias aéreas *low cost*) são *price sensitive*, pelo que, um aumento de 50 libras esterlinas no preço levaria a que 62% deixasse de voar. Do mesmo modo, Chiou e Chen (2010), num estudo sobre os fatores que influenciariam as intenções dos passageiros, concluíram, relativamente aos passageiros utilizadores da *low cost Spring Airlines* (primeira *LCC* na China) que os “*passengers are far more sensitive to price than service.*” (p. 228).

Também Turner (2003) apurou que os passageiros viajando numa companhia aérea de baixo custo, na rota entre Londres e Amesterdão, indicaram a tarifa como a principal razão de escolha. Na mesma rota, passageiros viajando em companhias tradicionais apontaram o tempo de voo como o principal fator.

No entanto, a sensibilidade tarifária deixou de ser um fator apenas para os passageiros turísticos, sendo igualmente relevante para o mercado *business*. Chang e Sun (2012), Martinez-Garcia, Ferrer-Rossell e Coenders (2012) e Mason (2000) verificaram que o preço começa a liderar nas preferências de ambos os segmentos. No caso do estudo de

Martinez-Garcia *et al.* (2012), numa escala de 1 a 5, o preço apresentou, inclusive, um valor médio de 4,30 para o mercado *business* e 4,28 para o mercado *leisure*. Também Dresner (2006) concluiu não haver grandes diferenças nas razões de escolha de determinado aeroporto (no caso em apreço Baltimore-Washington International, nos E.U.A.) com a proximidade do aeroporto e tarifas mais baratas a serem os principais fatores de escolha e com equilíbrio de preferências entre o tráfego de lazer e de negócios.

Rebollo e Baidal (2009) constataram que os utilizadores das companhias tradicionais (para Espanha) preferem, de forma clara, hotéis, percentagem que é muito menor para os utilizadores de companhias aéreas de baixo custo, os quais tendem a utilizar casa de familiares e amigos (17%), casas partilhadas (12,7%) ou casas alugadas (11,6%).

No estudo de Graham e Dennis (2010), relativo à entrada das companhias aéreas em Malta, foi possível identificar que houve um crescimento do turismo jovem, mais próspero mas menos utilizador de hotéis, com uma maior proporção a utilizar unidades de *self-catering* e em visita a familiares e amigos.

No entanto, estudos mais recentes empreendidos por Lin e Huang (2015) evidenciam que a escolha de uma companhia aérea de baixo custo deve ser vista como uma decisão multi-critério e que os vários fatores envolvidos são independentes. Assim sendo, os investigadores constataram que, no que ao serviço diz respeito, os principais fatores valorizados pelos passageiros não são apenas tarifas económicas, mas também outros atributos ao nível da segurança, fiabilidade e atitudes do pessoal. Mesmo assim, é reconhecido que “(...) *cheap fare are clearly the greatest advantage for LCCs in terms of attracting passengers (...)*” (Lin & Huang, 2015, p. 8).

São igualmente escassos os estudos levados a cabo pelas cidades/aeroportos sobre o perfil do passageiro *low cost*, embora, neste caso, Lisboa seja uma exceção através dos relatórios efetuados, por período Iata e desde 2005, aos passageiros que viajam neste modelo de negócio.

Mesmo fazendo parte integrante do capítulo 7, o último relatório disponibilizado pela ATL (2015) mostra que, em termos globais (o relatório possui informação detalhada por destino/companhia aérea), 98,2% dos inquiridos afirmaram que o preço foi o principal motivo da escolha da companhia aérea (89,8% no verão 2014 – ATL, 2014).

O levantamento exaustivo da ligação entre companhias aéreas de baixo custo e turismo, pela importância para a investigação, permitiu, por um lado, constatar a ligação existente entre estas duas realidades, com as *low cost carriers* a dar um forte impulso para o desenvolvimento do turismo. A análise aos diferentes trabalhos científicos publicados mostra como o tema está em franca expansão e, acima de tudo, deixou de estar circunscrito aos mercados maduros da América do Norte e Europa para apresentar evidências nos restantes mercados mundiais, sendo o fator preço a variável de eleição para a preferência deste tipo de companhias aéreas.

3.9. Long haul low cost e outras oportunidades futuras

Com o desenvolvimento e sucesso das companhias aéreas de baixo custo nos mercados de proximidade (*short haul*), a grande incógnita é saber até que ponto as *low costs* irão avançar para rotas mais longas, depois de algumas empresas terem fracassado nesse propósito.

Como anteriormente mencionado, foi a *Laker Airways* que, em 1971, deu o “pontapé de saída” para os primeiros voos de baixo custo de longo curso entre Londres e Nova Iorque (Flight, 1971). No entanto, em fevereiro de 1982, a *Laker Airways* cancelou todos os seus voos tendo entrado em processo de falência (Flight, 1982).

Outras empresas, como a *People Express*, *Zoom Airlines* e *Oasis Airlines* foram igualmente exemplos mal sucedidos ao nível de projetos *long haul low cost* (Bjelicic, 2007; Daft & Alberts, 2012). Mais recentemente, a companhia aérea saudita *FlyNAS*, lançou os seus voos de longo curso de baixo custo em abril de 2014 (Airline Business, 2014a), tendo suspenso essa mesma operação passados seis meses, em finais de outubro de 2014 (Rashad, 2014).

Também em Espanha, com a *Air Madrid*, que deixou de operar em dezembro de 2006 (Abc, 2012) ou em Portugal (embora de forma indireta), quando a companhia aérea brasileira *BRA* deixou de operar a partir de novembro de 2007 (Presstur, 2007), se verificaram alguns episódios menos abonatórios com companhias aéreas de baixo custo em operações de longo curso.

As tentativas bem-sucedidas de *long haul low cost* têm surgido na Ásia, primeiramente com a Jetstar¹⁹, em 2004 (Airline Leader, 2013) e, mais tarde, com a *Air Asia X*, nascida em novembro de 2007 (Morrell, 2008). Também a *Scoot*, em 2012, companhia aérea *low cost* da *Singapore Airlines*, apostada em voar aviões *wide-body* – *Boeing 777* – em rotas de médio e longo curso e, mais recentemente, a companhia filipina *Cebu Pacific*, em junho de 2013 (CAPA, 2014a), são exemplos da vitalidade do mercado de longo curso asiático.

Mas outras regiões do globo parecem render-se aos encantos do modelo *long haul low cost*. A *Air Canada* lançou igualmente a sua companhia *Rouge* (para voos de longo curso), com o início dos voos em julho de 2013 e que incluía igualmente aviões de médio curso para voos primordialmente para a zona das Caraíbas (Hemmerdinger, 2013).

De acordo com a Airline Leader (2013), outras companhias aéreas posicionam-se para o lançamento de novas companhias de baixo custo de longo curso, como sejam, a *Thai Airways* (que já inclui a *Nok Air* como companhia aérea de baixo custo em rotas de médio curso) ou mesmo a *Lufthansa* (que conta com a *Germanwings* para os voos *low cost* na Europa) (p. 18). Neste sentido, a *Lufthansa* anunciou já o lançamento da sua *long haul low cost*, denominada *Wings* (e já redenominada para *Eurowings*, englobando a operação da *Germanwings*), que iniciará os seus voos no inverno 2015 (Zucco, 2014)²⁰. Também a *Cebu Pacific*, tal como já vem acontecendo nas companhias de médio curso, vai avançar para uma maior “hibridização” do seu modelo, com captação de tráfego de ligação em detrimento dos voos ponto-a-ponto (CAPA, 2014a).

Do mesmo modo, a companhia brasileira *Azul* iniciou voos para os E.U.A. no início de 2015 (Yeo, 2014a), assim como, a companhia canadiana *WestJet* que, já operando

¹⁹ O grupo *Jetstar* (Jetstar, s.d.) está em franco desenvolvimento com a criação de várias empresas aéreas na região da Ásia, incluído a *Jetstar Airways* na Austrália e Nova Zelândia, a *Jetstar Asia* baseada em Singapura, a *Jetstar Pacific* baseada no Vietnã, a *Jetstar Japan* com base no Japão e a *Jetstar Hong Kong*, embora não aprovada pelas autoridades reguladoras chinesas (Jiang, 2015).

²⁰ A *Lufthansa* irá efetuar uma operação conjunta em voos de longo curso com a *joint venture* que mantém na companhia *Sun Express Deutschland* com a *Turkish Airlines*. O avião a utilizar nesta operação será operado por esta companhia aérea (Hofmann, 2014; Hofmann, 2015).

algumas rotas mais distantes com aviões alugados pretende encontrar uma “*melhor solução*” para a sua frota de longo curso (Airline Business, 2014b).

Na Europa, a maior aposta em voos *long haul low cost* está a ser dada pela *Norwegian*, após o início das operações da Noruega (Oslo) e Suécia (Estocolmo) para Nova Iorque (fruto dos acordos de *Open Skies* entre a Europa e os E.U.A.) e de Oslo para Bangkok, em junho de 2013²¹ (Anna.aero, 2013b). Mas foi em 2014 que a *Norwegian* deu um forte impulso à sua rede de exploração, com o início das operações da sua base em Londres-Gatwick. Depois do estabelecimento da sua base para operações de médio curso, a *Norwegian* abriu, em agosto de 2014, a sua base de longo curso. Globalmente, a empresa irá operar, à partida deste aeroporto, 41 rotas incluindo voos para Los Angeles e Fort Lauderdale (CAPA, 2013b; Moores, 2014). Além de outras rotas entretanto abertas para os E.U.A. (casos de Oakland e Orlando), a *Norwegian* irá, no inverno Iata 2015/16 abrir uma nova rota para San Juan (Porto Rico) (Maslen, 2015).

Apesar da pouca investigação científica existente sobre as companhias aéreas de baixo custo em operações de longo curso, Daft e Alberts (2012) resumiram alguns dos principais artigos científicos existentes sobre a temática, em especial ao nível da rentabilidade deste modelo de negócio.

A razão principal, porque as *long haul low cost* têm tido maiores dificuldades no mercado, decorre única e exclusivamente dos tratados de serviço aéreo existentes (que protegem as companhias designadas pelos países envolvidos, ao abrigo dos acordos bilaterais), ao tipo de aviões a utilizar (maiores e, como tal, de mais difícil rentabilização), assim como, ao tipo de operação (muito assente em tráfego de ligação – *hub* – e menos em tráfego ponto-a-ponto), onde as companhias regulares se mostram mais ativas para defender esse mercado (Francis, Dennis, Ison & Humphreys, 2007).

Daft e Alberts (2012) consideram que não existe ainda um padrão de rentabilidade que possa ser estabelecido para as *long haul low cost*, cuja análise se mostrou inconclusiva (embora os autores considerem este cenário possível, existem muitas incertezas ao nível do comportamento das principais variáveis geradoras de rendimentos).

²¹ Em dezembro de 2013, a *Norwegian* iniciou operações de Oslo, Estocolmo e Copenhague para Fort Lauderdale nos E.U.A. (Anna.aero, 2013a).

Por outro lado, além das companhias regulares estarem numa posição mais consolidada no longo curso, são menores as vantagens das *long haul low cost* nos gastos operacionais e que, mesmo com menores reflexos no fator preço, este pode não ser o mais decisivo na escolha da viagem.

Morrell (2008) considera, inclusive, que não existem grandes economias que as *long haul low cost* possam incorporar no seu negócio de longo curso, tendo em atenção que:

- ✓ O combustível é um dos principais *itens* no custo e, como tal, sem margem para grandes reduções;
- ✓ A produtividade laboral e da utilização do avião não deixará igualmente grandes margens;
- ✓ Os *load factors* já são tradicionalmente altos nos voos de longo curso;
- ✓ Alguns aspetos relacionados com o produto apresentam uma maior complexidade no longo curso (voos noturnos, *inflight catering*, *transfers*, carga, entre outros).

Também Moreira, O'Connell e Williams (2011) consideram que as vantagens nos gastos que estas companhias podem ter não ultrapassam os dez por cento, com base em simulações efetuadas na utilização de um avião *Boeing 767-300* em várias rotas.

Mesmo assim, apesar destas reservas e dos fracassos já constatados em anteriores projetos de companhias de baixo custo de longo curso, a *Ryanair* mantém a sua intenção de criar uma companhia *low cost* transatlântica, cuja ideia inicial tinha já ventilado em abril de 2007²², quando anunciou planos para o lançamento de voos *low cost* transatlânticos com uma frota de 50 *Airbus A350* ou *Boeing 787* (Morrisson & Learmount, 2007).

Nos últimos anos, têm sido crescentes as intervenções nesse sentido. Uma declaração assumida pelo CEO da *Ryanair* aquando da sua participação no *World Low-Cost Airline Congress*, em setembro de 2013 (Osborne, 2013), mantinha a aposta numa companhia aérea de longo curso, cobrindo inicialmente três destinos na Europa e três nos E.U.A., com sete aviões iniciais, que evoluiriam à média de sete novos aviões por ano (durante

²² Situação que contrasta com as posições assumidas anteriormente pelo CEO da *Ryanair* ao afirmar que “*The best low-cost carriers on transatlantic routes are the network carriers with their very cheap fares offered in the economy class.*” (Citrinot & Bailey, 2006, p. 16).

sete anos) com uma cobertura de dez cidades europeias e dez cidades americanas. Situação que voltou a confirmar, em 2014, numa conferência da Federação de Hotelaria da Irlanda (*Irish Hotels Federation*), mas admitindo que já não seria para breve, devido à escassez de aviões no mercado. O’Leary reafirmou que a *Ryanair* ofereceria tarifas para Boston e Nova Iorque de 10 euros por percurso (10 *Usd* no sentido contrário), mas onde os passageiros teriam de pagar todos os extras, das refeições à bagagem (Sheehan, 2014).

No entanto, O’Leary parece, agora, mais realista quanto aos preços a praticar. Segundo notícia do *Irish Independent*, citado em Airline Leader (2015e), O’Leary terá afirmado querer um preço médio em classe económica, numa “*transatlantic low cost carrier*” inferior a 100 euros (“*the average price should be in the mid-Eur 80s or mid-Eur 90s.*”), considerando ser necessária uma frota entre os 30 e os 50 aviões (CAPA, 2015b).

A *Ryanair* chegou a anunciar, já em março de 2015, a sua intenção firme de avançar para a criação de uma companhia aérea de baixo custo, dependendo apenas da viabilidade de frota disponível (Clark, 2015). No entanto, dias depois, a *Ryanair* voltou atrás com a sua intenção declarando que “*the Board of Ryanair Holdings has not considered or approved any such project and does not intend to do so*” (Flight International, 2015).

Certo é que, quer o CEO Michael O’Leary, quer o seu CMO Kenny Jacobs afirmavam, ainda em março de 2015, que o modelo de voos de longo curso estava nos seus planos e que seria uma realidade a curto prazo. Como afirmava Kenny Jacobs (ATN, 2015) “*we would love to do transatlantic flights and the business plan is there. The lowest fares would start from €10 and we would link 12 to 14 European cities with 12 to 14 US cities. However, it is entirely dependent on attaining long haul aircraft at a viable cost and at the moment, there is a shortage of available aircraft.*”

Como se depreende, o avanço de novas companhias aéreas para modelos de baixo custo em voos de longo curso, incluindo a companhia aérea *Lufthansa*, deixa antever um futuro de elevada concorrência nos próximos anos. As vantagens competitivas ao nível dos custos e de notoriedade que as companhias aéreas de baixo custo têm granjeado nas operações de médio curso podem levar, caso consigam manter essa mesma vantagem em modelos de longo curso, a profundas alterações de mercado e do atual contexto do transporte aéreo comercial, tal como o conhecemos nos dias de hoje.

3.10. Conclusões do capítulo

Ao longo deste capítulo, for possível verificar a importância e a relação direta que as companhias aéreas de baixo custo têm tido para o desenvolvimento do turismo. Os muitos autores citados no ponto 3.7. e resumidos na Tabela 6, permitem concluir, com forte evidência científica, o contributo dado por estas companhias aéreas, apesar das abordagens se centrarem, muitas vezes, em aspetos de natureza mais operacional (tarifas, aeroportos, rede de exploração, etc.).

Como citado em Aguiló *et al.* (2007), alguns autores como Costas-Centivany (1999), Morley (2003) e Papatheodorou (2002), realçaram que a expansão das companhias aéreas de baixo custo e a redução do custo do transporte, com impactos diretos no orçamento disponível das famílias, terão sido dos principais fatores que contribuíram para o aumento do número de turistas, tal como evidenciado em outros trabalhos anteriormente mencionados.

Apesar das primeiras tentativas tímidas de operação local (mais propriamente estadual, como foi o caso da *PSA* e, mais tarde, da *Southwest Airlines*), foram os movimentos de liberalização da aviação comercial, primeiramente nos E.U.A. e posteriormente na Europa e em outras regiões do Globo, que levaram ao *boom* das companhias aéreas de baixo custo e ao sucesso que ainda hoje representam. Os acordos entre regiões, como é o caso entre a Europa e os E.U.A. (acordos de *Open Skies*) e entre regiões na Ásia, entre outras, levaram igualmente ao aparecimento de novos voos de companhias de baixo custo para rotas de longo curso.

Mason e Morrison (2008) concluíram, no estudo realizado em seis companhias aéreas de baixo custo, que existem grandes diferenças nos modelos de negócio destas companhias aéreas, ou seja, não tem sido pacífica a definição de modelos de negócio em aviação comercial, muito menos na fronteira entre as companhias aéreas tradicionais e as companhias aéreas de baixo custo. A crescente “*hibridização*” dos modelos tradicionais e de baixo custo tem levado a uma aproximação do serviço entre estes, onde a marca desempenha um papel fundamental.

Uma análise ao perfil dos passageiros utilizadores das companhias aéreas de baixo custo, deixa claro a importância do fator preço para a sua utilização e preferência. Apesar do número ainda limitado de estudos existentes sobre esta vertente, muitos dos

clientes não teriam viajado (de avião) caso não existissem estas companhias. O estudo da ELFAA (2004), onde 71% dos clientes nunca viajaria se não existissem companhias aéreas de baixo, realizado em época onde muitas das *low cost carriers* davam os seus primeiros passos, continua atual, tal como as conclusões do estudo realizado por Davison e Ryley (2010), onde, um aumento de 50 libras esterlinas no preço levaria a que 62% dos passageiros deixassem de voar.

Em menor escala, devido à quase total falta de informação, é possível igualmente verificar que muitos dos clientes que viajam em companhias aéreas *low cost* tendem a associar-lhe um alojamento igualmente *low cost*. No entanto, a informação mostra-se difusa, pois fenómenos de proximidade ou de lealdade (como estudados por Calvé *et al.* (2015) no caso do aeroporto de Reus, Espanha) – e certamente porque as categorias de classificação ou alojamento inferiores não fariam parte do inquérito – mostraram uma forte apetência por unidades hoteleiras de categoria superior.

Outros estudos, casos de Graham e Dennis (2010) e Martinez-Garcia e Royo-Vale (2010), mostram alguma ligação entre sensibilidade tarifária e turismo jovem, embora, análises mais alargadas ao perfil das companhias aéreas de baixo custo mostrem que o cliente de uma companhia aérea de baixo custo apresenta níveis de idade superior, como serão os exemplos do aeroporto de Lisboa (34,9% dos passageiros transportados em *LCCs* têm idades entre os 45 e os 54 anos – ATL, 2015), aeroporto de Pisa (idade média dos passageiros de 39 anos – Centro Studi Turistici di Firenze, 2010) ou aeroporto de Reus (25% dos passageiros – intervalo mais significativo – com idades entre os 35 e 44 anos – Clavé *et al.*, 2015).

Apesar da maioria dos estudos mostrar que muitos dos clientes são “*price sensitive*”, seja em viagens de lazer ou de negócios, Lin e Huang (2015) evidenciaram que a escolha dos passageiros por companhias aéreas de baixo custo é, cada vez mais, uma escolha influenciada por diferentes critérios, incluindo, além do fator preço, as razões ligadas à segurança e fiabilidade, assim como, ao atendimento, onde o fator humano é essencial.

A complexidade das diferentes abordagens às companhias aéreas de baixo custo e as diversas variáveis em estudo e em investigação, numa área recente mas em profunda evolução, deixa antever algumas dificuldades na consolidação da informação do tema da investigação. Não perdendo de vista a pergunta de partida, ou seja, se as companhias

aéreas de baixo custo têm contribuído para o desenvolvimento dos *hostels*, foi possível constatar as limitações decorrentes da falta de investigação e de trabalhos científicos (ou mesmo de outra natureza mais técnica ou operacional) sobre estas duas realidades, a que não será alheio o grau de inovação do tema.

Sendo o alojamento em *hostel* muito virado para uma vertente de turismo jovem, como tal, tradicionalmente sensível ao preço, o próximo capítulo versará sobre essas realidades, ajudando a consolidar a pouca informação disponível sobre o tema em investigação.

4. A importância do turismo jovem e a sua relevância no alojamento *hostel*

4.1. Introdução

Apesar dos *hostels* terem uma origem bastante antiga, não tem, contudo, existido investigação de relevo sobre os mesmos como em outras temáticas ligadas ao turismo. Mesmo quando ocorre, surge sempre associado aos temas ligados a turismo jovem e, mais premente, ao turismo independente e de mochila (*backpackers*).

Por outro lado, não tem sido igualmente pacífica, ao longo dos anos, a definição de turismo jovem, cuja temática, muito assente na caracterização etária, começou a ser objeto de maior interesse e investigação a partir dos anos 1970 e, mais uma vez, muito associado ao turismo *backpacker*.

Richard e Wilson (2003) referem que a associação entre turistas e *backpackers* não é, também ela, pacífica, apesar da forte associação entre estes, com muitos turistas a rejeitarem esse rótulo de *backpackers*, mesmo que viajando com mochila ou ficando em *hostels* mais direcionados para estes utilizadores.

Como referem Thyne, Davies e Nash (2005), o *hostel backpacking* emergiu como um fenómeno global de dimensão cultural, económica e social, assente na relativa facilidade de transporte internacional, da emergência das *low cost airlines* e de um crescimento dos *hostels*.

Samy (2010) advoga que o fenómeno *low cost*, materializado num conceito de turismo económico (*budget tourism*) se encontra muito associado ao setor das viagens, sendo que as companhias aéreas de baixo custo são a parte mais visível desse fenómeno, mas onde a hotelaria económica (*hotéis low cost*) ou operadores turísticos com produtos acessíveis, têm proliferado nos últimos anos. O conceito *low cost*, segundo Samy, tornou-se um fenómeno transversal não só na Europa, E.U.A. e Extremo Oriente, mas também no Médio Oriente.

Este investigador considera que o termo mochileiro (*backpacker*) é hoje utilizado e aceite, em muitas nações, como sinónimo de turistas económicos, que preferem alojamento económico ou muito barato e onde a associação dos *hostels* à partilha de experiências, de espaços de convívio e de dormitórios – e muito assentes num turismo

jovem de mochila (*backpackers*) e de preços baixos – contrasta com os padrões mais rígidos e estereotipados da hotelaria mais tradicional e convencional.

O principal objetivo deste capítulo é o de analisar estes conceitos e fenómenos que, mais do que uma moda, são um modo de viajar com crescente procura internacional. A dificuldade de dissociar estes conceitos é evidente, como se poderá perceber ao longo da análise.

4.2. Turismo jovem, *backpackers* e *hostels*

4.2.1. Turismo jovem

A OMT tem dado especial atenção à temática do turismo jovem, como espelhado no relatório “*Young Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel*”, em 2008, com um estudo detalhado sobre as motivações e comportamentos da procura turística, com base numa amostra alargada de 8541 respostas, o que permitiu um conhecimento mais aprofundado da realidade deste segmento (WTO, 2008). Em dezembro de 2011 e com a colaboração da WYSE²³ *Travel Confederation*, a OMT (UNWTO, 2011a) voltou a produzir informação relevante sobre a temática do turismo jovem (“*The Power of Youth Travel*”).

Nesse relatório, o Secretário Geral da OMT, Taleb Rifai, é perentório ao afirmar que “*Youth travel is one of the fastest growing and most dynamic markets of the global tourism sector*”, sendo que a OMT estima que cerca de 20% dos turistas internacionais sejam jovens (UNWTO, 2011a, p. 2), como já o tinha feito, em 2008, ao reconhecer “*a crescente importância do turismo jovem como um mercado distintivo que estimulou o crescimento dos produtos e serviços para este mercado*” (WTO, 2008, p. 7).

Esta mesma conclusão tinha já sido mencionada no relatório da primeira Conferência Internacional sobre turismo jovem, em Nova Deli, Índia (WTO, 1991), quando o turismo jovem crescia a uma taxa superior à dos turistas internacionais (7,3% do turismo jovem *versus* 4,4% dos turistas internacionais), passando o peso do turismo jovem no turismo internacional dos 14,6%, em 1980, para os 19,2%, em 1990.

²³ World Youth Student and Educational

Não tem sido pacífica, ao longo dos anos, a definição de turismo jovem. Como reconhecido pela OMT “*there is a wide range of definitions related to student and youth tourism in use*” (WTO, 2008, p. 1). Essa dificuldade está, em parte, relacionada, como defendido pela WTO (2008), pela diversidade da forma como o turismo jovem é caracterizado. No que respeita à idade, variando entre os 15 e 26 anos, mas com limites mais abrangentes; enquanto nicho de mercado, assumindo diferentes motivações e interpretações que vão do “*independent travel, backpacking, adventure travel, language study and work exchange*”; como importante veículo nas deslocações de jovens com o objetivo de estudo; e, pelo papel desempenhado pelos jovens nas relações internacionais, paz e compreensão mútua. Também Theuns (1991), citado por Carr (1998), sublinha a ausência de consenso nos critérios de avaliação e classificação da procura turística jovem, o que traz problemas para a sua quantificação e análise. Segundo Carr (1998), mais do que a idade, devem ser critérios de natureza motivacional, traduzidos nas atividades e experiências, atitudes, comportamentos e preferências, que devem estar na base dos critérios a referenciar. Na sua investigação, Carr (1998) considerou uma tabela com a idade dos turistas jovens quer numa perspetiva académica ou comercial (esta última mais uniforme num intervalo entre os 18 e os 30 anos).

Ao longo dos anos, apesar da ausência de critérios bem definidos, tem sido dada relevância à temática do turismo jovem, desde a já citada conferência em Nova Deli, em 1991, à declaração de Lisboa, em 1998, no âmbito da *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) e, mais recentemente, à Declaração de San Diego, em 2012, sobre viagens de jovens, estudantes e por motivos educacionais (*San Diego Declaration on Youth, Student and Educational Travel*), cujas recomendações apostam na sensibilização da importância do turismo jovem, como forma de aprendizagem, como modo de “*socIALIZAÇÃO*”, como forma de descoberta de outras culturas, como meio de auto-desenvolvimento e como fonte de desenvolvimento da carreira (UNWTO, 2012b).

Mesmo assim, a OMT, tendo por base a definição proposta pela *WYSE Travel Confederation* – e que entronca na definição mais alargada de turismo da OMT – adotou a seguinte definição para turismo jovem: “*Youth travel includes all independent trips for periods of less than one year by people aged 16-29 which are motivated, in part or in full, by a desire to experience other cultures, build life experience and/or*

benefit from formal and informal learning opportunities outside one's usual environment.”²⁴. No entanto, Amrany (2010) considera que existem argumentos que podem, hoje em dia, estender esse limite para além dos 30 anos, suportada pela tendência de adiamento do casamento e da constituição de uma família e, igualmente, do aumento do rendimento disponível deste segmento, levando-os a uma maior propensão a experiências sócio-culturais.

Hecht e Martin (2006), aquando do estudo levado a cabo para conhecer as características dos *backpackers* que ficavam em *hostels* na região de Toronto (Canadá), consideraram as seguintes categorias de turistas, em função da idade:

- a) *Youth tourists*, para idades entre os 15 e os 25 anos;
- b) *Transition backpackers*, para idades entre os 26 e os 29 anos;
- c) *Contemporary backpackers*, para turistas acima dos 30 anos.

Também Moisa (2010b) optou por caracterizar a procura turística do mercado jovem que “*consiste em todos os jovens com vontade de viajar durante um certo período de tempo fora da sua área de residência por motivos de estudo, descanso e lazer, aprendizagem de línguas estrangeiras, prática de vários desportos, etc., ou seja, outras atividades não consideradas como um emprego remunerado*” (p. 645).

Aliás, Moisa (2010a) identificou cinco formas de turismo jovem, desde o turismo educacional, de voluntariado, os programas de trabalho e viagem, as trocas culturais e, por último, de natureza desportiva e de aventura, ou seja, uma visão mais alargada face à caracterização proposta pela OMT baseada no turismo de lazer (*backpacking*), nos programas de estudo, nos programas de trabalho e na aprendizagem de línguas (WTO, 2008).

Uma pesquisa da WYSE (UNWTO, 2011a) mostra que os:

- Viajantes jovens gastam, frequentemente, mais que outros turistas;

²⁴ Em 1991, a OMT tinha definido o turismo jovem como um segmento do turismo doméstico e internacional o qual, para efeitos estatísticos, se aplicaria ao grupo etário dos 15 aos 29 anos (WTO, 1991).

- Viajantes jovens têm forte probabilidade de voltar e dar mais valor aos destinos ao longo das suas vidas;
- Viajantes jovens são um mercado global em crescimento, em contraste com o declínio, no longo prazo, do poder de compra de gerações mais idosas das economias ocidentais;
- Viajantes jovens são pioneiros na descoberta de novas motivações;
- Viajantes jovens estão na linha da frente na utilização de novas tecnologias; e,
- Viajantes jovens interagem culturalmente nas suas viagens e contribuem para os locais que visitam.

No fundo, os jovens vêem as viagens como uma parte essencial das suas vidas quotidianas, muito mais do que uma breve fuga da realidade (UNWTO, 2011a, p. 6).

Quer para a OMT quer para a *Wyse Travel Confederation*, as viagens dos jovens evoluíram de um nicho de mercado especializado para se tornarem num elemento importante do *mix* de qualquer destino, na medida em que, para os jovens, viajar é uma forma de aprendizagem, uma forma de conhecer outras pessoas, uma forma de ficar em contacto com outras culturas, uma fonte para o desenvolvimento da carreira, um meio para o auto-desenvolvimento e parte das suas identidades (UNWTO, 2011a). Para tal, como já defendido pela OMT (WTO, 1991), a existência de acomodação e refeições baratas é essencial para as necessidades e anseios dos turistas jovens, incluindo facilidades *low cost*, diferentes tipos de acomodação usados por jovens, acesso a acomodação numa base de troca ou com pessoas referenciadas e a disponibilidade de descontos em estabelecimentos comerciais utilizados pelos restantes turistas. Até porque, turismo jovem é, geralmente, sinónimo de viagens baratas (p. 7).

Para Bagnoli (2009), a sua investigação identificou quatro modos de viajar do turismo jovem: *one gap year* (um ano a viajar); *backpacking*; estudar uma língua estrangeira fora do próprio país e *au pairing*. No caso de *backpacking* – em particular no caso das mulheres – a afirmação, a aventura e a partilha de viajar com outros viajantes foram importantes meios para um melhor conhecimento e reforço da identidade própria.

Obenour (2004) concluiu que a principal motivação para os turistas jovens é a interação social com as comunidades locais, a qual pode assumir diferentes formas, do

conhecimento da história e cultura do país à participação em atividades culturais com a comunidade local, privilegiando a autenticidade pessoal em vez da autenticidade cultural. Também Hecht e Martin (2006) realçam a importância da troca de experiências entre *backpackers*, sendo esta mais importante que a própria acomodação.

Morisson, Hsieh e O’Leary (1993), citados em Tsaur, Yen e Chen (2010), definem viajantes independentes como “*aqueles que tratam da sua própria viagem e alojamento, escolhendo não comprar pacotes ou excursões pré-definidas*”. Ou seja, o turista independente é aquele que tem flexibilidade na escolha dos seus itinerários e nos destinos a visitar.

Muita da investigação sobre turismo (viajante) independente está assente nos *backpackers* não só ao nível das normas, comportamentos de viagens e interação entre estes, o que contribui para um conhecimento crescente dos aspetos culturais e sociais das suas viagens, mas também ao nível dos impactos de desenvolvimento económico e local, aspetos etnográficos, troca de informações e de conhecimentos, motivações e padrões de viagens, entre outros (Tsaur *et al.*, 2010, p. 1036). Aliás, Easton e Koo (2007) aquando da identificação dos viajantes independentes para a sua investigação, observaram as suas bagagens para notar se estes tinham uma mochila ou equipamento de campismo, o que poderia indicar que estariam a viajar de forma mais económica ou por períodos mais longos (p. 173).

Inquéritos efetuados para a caracterização do mercado (WTO, 2008) apontam para que o mercado jovem se divida em *travellers* (viajantes) (46%), *backpackers* (mochileiros) (25%) e só 23% dos inquiridos se assumem como turistas propriamente ditos, o que vem ao encontro do definido por Hyde e Lawson (2003) e Tsaur *et al.* (2010), que consideram que os *backpackers* devem ser interpretados como um subsetor do segmento mais abrangente do turismo independente. No entanto, Vance (2003) advoga que os turistas independentes são muitas vezes designados por *backpackers* enquanto Nash, Thyne e Davies (2006) consideram que os *backpackers* são também definidos na literatura especializada como *independent travellers, young, budget or economy tourists* ou *non-institutionalised tourists*.

O crescimento do turismo jovem tornou igualmente muito mais evidente os segmentos relacionados com *backpacking* e *student travel*, sendo o primeiro considerado como o

mais significativo para o mercado jovem, mercado esse que levou a um conjunto de associações entre *backpackers* e *hostels* (WTO, 2008, p. 7).

4.2.2. *Backpackers*

Como já evidenciado, a OMT reconhece o papel que o *backpacking* tem tido na dinamização do turismo ao considerá-lo como o “*core of the youth travel business*” (WTO, 2008, p. 7).

Para Amrany (2010), mais do que chamar-lhes “*tourists, backpackers, or youth travelers (...)*” importa realçar os motivos e a diversidade desses motivos à viagem, seja por razões de estudo, trabalho, voluntariado ou aventura. Algo que Walsh (2014) considera como um fenómeno social e cultural e que Cohen (2011, citado em Walsh, 2014) define como um modo de vida. Aliás, como um estilo de vida.

Embora se reconheçam várias definições para “*backpacker*”, Pearce (2008)²⁵ continua a granjear um largo consenso entre os investigadores desta temática. Mais do que uma definição propriamente dita, Pearce destaca cinco características que distiguem os *backpackers* dos outros viajantes: 1) uma preferência por alojamento económico (*budget accommodation*); 2) ênfase no contacto social com outros viajantes; 3) flexibilidade nas viagens, organizadas de forma independente; 4) preferência por viagens mais longas; e, 5) ênfase em férias informais e participativas.

Em termos mais históricos, Brenner e Fricke (2007) consideram que os primeiros desenvolvimentos sobre turismo jovem ocorrem no início da década de 1970, com um grande impulso dado por Erik Cohen, com um maior foco nos aspetos sociológicos e antropológicos, sendo que, muita da investigação continua a concentrar-se em tópicos motivacionais, psicológicos, comportamentais e sócio-demográficos. Também Riley (1988) deu um forte contributo com a sua definição de *budget traveller*, como aqueles que desejam estender a sua viagem para além de umas férias de rotina (*cyclical holidays*) e sentem necessidade de viver economicamente (*living on a budget*) (p. 317).

Efetivamente, Cohen (1972) classificou o papel dos turistas em quatro categorias (*organised mass tourist, individual mass tourist, explorer* e *drifters*), sendo os dois últimos apelidados de não institucionalizados. Cohen (1972) considera *explorer* o turista

²⁵ Pearce refere-se, neste artigo, à definição considerada numa sua anterior publicação de 1990.

que organiza a sua própria viagem, mas que procura alojamento confortável e meios de transporte fiáveis (p. 168), enquanto os *drifters*, viajam sem itinerário ou horário definido, sem destino traçado, com limitações orçamentais, levando-os a viajar, comer e dormir da forma mais barata possível, partilhando quartos com outros viajantes que vão encontrando ou ficando com os nativos em áreas onde foram bem acolhidos. Cohen deu novo impulso à investigação destes turistas, no ano seguinte, embora reconhecendo alguns atributos negativos (*counter-culture*) ao nível do anarquismo, falta de patriotismo e de objetivos, com estes novos turistas muito associados ou mesmo chamados de *hippies* ou *beatnicks* (Cohen, 1973).

Paris (2008) considera que, depois da definição de *drifters* de Cohen, outros termos foram usados para descrever este segmento de turistas, como foi o caso de *wanderers* (Vogt, 1976), *tramp* (Adler, 1985), *youthful traveler* (Teas, 1988) e *long-term budget traveler* (Riley, 1988). Também Sorensen (1999) sumariza alguns dos nomes utilizados para caracterizar os viajantes independentes (com algumas das definições já mencionadas anteriormente), sendo mais recorrente a designação de *backpackers* (casos de Hampton, 1998; Loker-Murphy & Pearce, 1995; Pearce, 1990; Van den Berghe, 1994; Wilson, 1997), mas também *budget travellers* (Riley, 1988; Ross, 1993; Smith, 1994), *travellers* (Sorensen, 1992), *inter-railers* (Schönhammer, 1989), *free individual travellers* (Schwartz, 1991), entre outras designações.

Uriely, Yonay e Simchai (2002) diferenciaram entre *backpacking* na sua forma de viajar e *backpacking* pelas motivações e atitudes dos turistas, sendo que Uriely veio, em 2009, concluir que *backpacking* poderia ser ainda mais segmentado, tendo em atenção a experiência do turista, levando a que o mercado possa associar aos diferentes tipos de *backpackers* uma nova diversidade de produtos e serviços turísticos (Uriely, 2009).

Currie, Campbell-Trant e Seaton (2011) consideram os *contemporary backpackers* como uma adaptação dos *mass-drifters* de Cohen, os *wanderers* de Vogt e os *long-term budget travelers* de Riley, como sendo turistas em idade escolar, educados e oriundos da classe média, cuja motivação é conhecer outras pessoas, descobrir novas experiências, particularmente as que tragam crescimento pessoal, viajando com orçamentos apertados, com flexibilidade de horários e utilizando alojamentos e refeições baratas.

Loker-Murphy e Pearce (1995) estabeleceram um quadro conceptual relativamente aos *backpackers* e às suas ligações mais abrangentes com o espectro de turismo, em relação

à idade, orçamento, grau de organização ou estrutura. Além de um enquadramento histórico levado a cabo nessa investigação (colocando as origens do *backpacking* nos períodos dos *Grand Tours* dos séc. XVII e XVIII na Europa, nos caminheiros e nos movimentos dos *youth hostels*), o estudo visou ratificar as características que identificam os *backpackers* (e inerentes à definição proposta por Pearce em 1990), ou seja, uso de alojamento barato – também na investigação levada a cabo por Firth e Hing (1999) o principal fator de escolha num *hostel* foi o preço, com 37% das respostas, seguido da localização (27%) –; ênfase no contacto social com outros viajantes e população local; flexibilidade na organização da viagem; duração da viagem mais longa em detrimento de férias curtas; e, uma ênfase na participação informal em atividades recreacionais (p. 831).

Também Van den Berghe (1994), referenciado em Brenner e Fricke (2007), define os turistas *backpackers* como jovens, com instrução, viajando preferencialmente em transportes públicos (autocarro ou comboio)²⁶, em viagens prolongadas, com recursos monetários limitados e que desejam conhecer, com alguma profundidade, novos países e aprender novas línguas.

McCulloch (1991) define *backpacker* como um viajante (*traveller*) que fica em alojamento barato, tem flexibilidade nos itinerários da viagem e tem predominantemente entre 20-35 anos.

Page (1990), citado por McCulloch (1991, p. 5), considera que *backpacking* deve ser definido do ponto de vista social, mais do que do ponto de vista económico ou demográfico (“*Being a backpacker is an approach to travel and holiday taking rather than a categorisation based on dollars spent or one's age*”).

A *Cairns Backpackers Association* (1988, igualmente referida em McCulloch, 1991) tinha dado, mesmo antes destas definições, um maior relevo aos aspetos económicos na sua definição de *backpacker*, ou seja, um viajante predominantemente jovem que tipicamente fica em acomodação partilhada e onde o custo da dormida não ultrapassa os 15 *Usd* por noite.

²⁶ Na altura, as companhias aéreas de baixo custo eram praticamente inexistentes.

Paris (2010; 2012b) analisa igualmente o aparecimento de um novo sub-segmento dos *backpackers* – denominados por *flashpackers* – onde a tecnologia e a nova sociedade móvel cria a possibilidade de troca de experiências instantâneas, apesar das distâncias físicas. Como define Paris (2012a), *flashpackers* são os *virtual drifters* definidos por Cohen (1973), ou seja, “*flashpackers can be considered true lifestyle travelers who maintain a constant connection to backpacker culture both on the road and virtually, often blurring the cyclical dichotomy between home and the road*” (Paris, 2012a, p. 1110).

Hannam e Diekmann (2010) descrevem os *flashpackers* como os “trinta e poucos” que viajam com uma mochila cara ou com um *trolley*, ficam em vários modelos de alojamento, dependendo da localização, têm elevado rendimento disponível, visitam locais fora dos circuitos habituais, viajam com *laptop* ou, no mínimo, como uma *flashdrive* e telefone móvel, mas que vivem plenamente os princípios de uma cultura *backpacker*. De acordo com os autores “*flashpackers’ tourist experience is mediated by communications technology often through mobile devices*”. Ou, como mencionado pelo TravelBlogs (2009), citado por Hannam e Diekmann (2010), trata-se de “*backpacking with style*”.

Outra nova tendência de mercado são os *worldpackers*, ou seja, turistas disponíveis para trabalhar localmente em troca de alojamento e alimentação. Portugal já faz parte integrante deste movimento com vários *hostels* disponíveis para albergar estes “turistas trabalhadores” (Worldpackers.com, s.d.).

Também os *millennials* começam a despertar a atenção do mercado. Para a WYSE “*The generation now driving youth travel demand is the ‘millennials’, the demographic cohort born from the early 1980s to the early 2000s. This generation is characterised by its familiarity with new technologies, having grown up with PCs, mobile phones and the internet. The millennial generation is therefore a highly connected generation that interacts with people and information in ways that are very different from their parents.*” (Wyse Travel, 2014).

De acordo com Oates e Skift Staff (2014), o volume de informação publicada e de opiniões sobre os *millennials/Gen Y* explodiu a partir de 2012. Em 2030, nos E.U.A., este segmento irá ultrapassar os *baby boomers*, atingindo os 78 milhões de habitantes *versus* 56 milhões de *baby boomers* (Barton, Koslow & Beauchamp, 2014). Barton *et*

al. (2014) definem *millennials* com idades entre os 18 e 34 anos, *Gen-Xers* entre os 35 e os 49, *Baby boomers* entre os 50 e 69 e *Silents* para idades acima dos 70 anos. Lee (2013) considera os *millennials* com idades entre os 16 e 34 anos, também muitas vezes caracterizados como a *Generation Y* ou a *Generation Next*.

Também a Amadeus (2015) definiu as tendências de viagens num horizonte 2030, sendo que estas estarão dominadas pelo uso intensivo das tecnologias, critérios sociais, comodidade em viagem, escassez do tempo e luxo. Em função destas preferências, a Amadeus distinguiu seis tipos de viajantes, que denominou de tribos, muitas das quais onde o perfil jovem e das novas gerações se enquadra:

- *social capital seeker*, que organizam as suas viagens em função das recomendações e sugestões que recebem dos seus contactos nas redes sociais e onde a partilha e nível de colaboração do consumidor é a sua motivação de viagem;
- *cultural purist*, à procura de experiências locais, mais sociais e, como tal, grande amante de serviços *peer-to-peer* (*p2p*);
- *ethical traveller*, muito sensibilizados pelos problemas do meio ambiente e sustentabilidade, juntando o voluntariado, as atividades eco-sustentáveis e o desenvolvimento comunitário às suas férias.

O Anexo 10 apresenta, de forma bastante objetiva, estas novas tendências incluindo as restantes tribos com menos atratividade para o mercado jovem (amantes da comodidade – *simplicity searcher*; viajantes por obrigação – *obligation meeter*; e, os caçadores de recompensas – *reward hunter*).

Lee (2013) definiu as dez principais tendências dos *millennials*. Como referido pelo autor, com base no estudo da *American Express Business Insights*, em 2010, este segmento apresenta as maiores taxas de crescimento nos rendimentos disponíveis para viajar. Muitas das tendências estão associadas às tecnologias e ao seu uso pelos *millennials*, à informação em tempo real e aos *reviews* (partilha de informação e de experiências), à “sociabilização” (seja *online* ou *offline*), mas onde existem igualmente preocupações ao nível das viagens responsáveis, voluntariado e experiências locais autênticas.

Como refere Oates e Skift Staff (2014) “*os millennials querem mais. Querem a liberdade de fazer o que querem, quando e como querem e querem partilhar essas experiências com amigos, família e colegas quando e como querem*” (p. 4). Jordan (2015) define-os como a geração conectada (“*the connected generation*”) que está a mudar rapidamente as regras do jogo, impulsiona a economia de partilha e que adora “*bleisure travel*” (numa alusão à combinação das viagens de negócios – *business* – e de lazer – *leisure*), pois graças à tecnologia não precisam de estar amarrados à secretária a fazer o seu trabalho.

Um estudo levado a cabo pela BCG em parceria com a Service Management Group e Barkley, junto de quatro mil *millennials* e mil *non-millennials* nos E.U.A., mostrou diferenças de preferências geracionais ao nível das viagens em negócios e em lazer, à preferência na utilização de companhias aéreas e à utilização de tecnologias nas reservas, entre outras (Barton, Haywood, Jhunjhunwala & Bhatia, 2013).

Assiste-se, como se constata, ao longo do presente ponto, a uma evolução rápida de novos conceitos da procura jovem. Mais do que rótulos, os turistas mais jovens procuram experiências, convívio, novas amizades e integração em novas sociedades, onde os *hostels* têm uma presença importante, tendo em atenção a sua maior propensão enquanto estabelecimento de alojamento coletivo e a sua maior identificação com essas necessidades.

4.2.3. Hostels

4.2.3.1. Origem e evolução dos *hostels*

A origem dos *hostels* para fins turísticos ou enquanto albergue de utilização temporária, remonta aos movimentos e organizações que promoviam a ocupação de tempos livres de jovens.

No entanto, muitos outros autores apontam para tempos mais remotos, assim como, para outro tipo de utilizações que não as de motivação turística. Quanto a esta última, Bunda (2014) deixa claro, tratar-se de um conceito recente (“*The hostel industry, like its clients, is still young and only beginning to mature*”) (p. 4).

O’Gorman (2009) relata que o aparecimento dos *hostels* remonta aos períodos da Mesopotâmia e ao início da *hospitality* e do seu enquadramento legal desde, pelo menos

os anos 1800 a.C., mais propriamente aos tempos do código Hammurabi. “*Hostels and inns in Mesopotamia were in the business of supplying drinks, women, and accommodation for strangers*”. Mesmo assim, o autor mostra-se mais incisivo nas suas conclusões ao afirmar que “(...) *it is clear that hostels and inns in Mesopotamia date back to at least 2000 B.C. and they were controlled by the laws of the time.*” (O’Gorman, 2009, p. 11).

Também as motivações religiosas estão na origem dos *hostels*, desde os tempos da Babilónia (“*the hymn founded fortified settlements to maintain sizeable government hostels along the major roads to service the needs of the travelers.*” – O’Gorman, 2009) até à hospitalidade monástica introduzida por Bento de Nursia (480 d.C. – 543 d.C.) e as suas regras na receção aos peregrinos (O’Gorman, 2006). Nos séculos seguintes a São Bento, a hospitalidade monástica era intensa, desde o acolhimento de passantes, tratamento de doentes e serviços de caridade para os pobres.

Em Jerusalém (em 1070, já existiria um *hostel* para peregrinos em Jerusalém, fundado pelo Papa Gregório no séc. IX – O’Gorman, 2006, p. 41) ou mais tarde em Santiago de Compostela, em 1499, foi fundado um *hostel* e um hospital para os peregrinos que tivessem concluído o Caminho de Santiago (O’Gorman, Conti & McAlpine, 2008, p. 32). Mesmo hoje, de acordo com os autores, apesar de transformado num dos principais Paradores de Espanha (equivalente às Pousadas de Portugal) e de modo a manter-se fiel aos princípios de cuidar do corpo e alma dos peregrinos, oferece pequeno-almoço, almoço e jantar aos primeiros dez peregrinos que tenham completado (a pé) os últimos 100 *kms* do Caminho.

A noção de *hostel* aparece igualmente muito associada a razões médicas (hospícios) ou centros para os sem-abrigo, sendo das instituições mais antigas para este tipo de necessidades, emergindo no séc. XIX como resposta aos efeitos da industrialização e urbanismo (Busch-Geertsema & Sahlin, 2007).

Mishra (1994) analisa a origem e importância dos *hostels* na sua ligação à Universidade (numa perspetiva daquilo que podemos designar por residência universitária).

Neste contexto, como referido pelo *Committee on Residential Accommodation for Students and Teachers* (1965, citado em Mishra, 1994), “*A hostel is not just a place for living; it is also an important centre for education...*”.

Assim, os primeiros *hostels* estão, desde sempre e nesta perspetiva, muito associados à criação das primeiras universidades. Como refere Mishra (1994), no caso da Universidade de Bolonha (uma das mais antigas do Mundo, fundada em 1088 – Università di Bologna (s.d.)) “... *the emperor (Barbarossa) provided the students with accommodation facilities along with other necessary amenities*” (p. 8).

Um dos principais objetivos dos *hostels* era, neste contexto, o valor da troca de experiência ao viverem conjuntamente (*value of shared experience of living together*) (Lawrenson, 1957, citado em Mishra, 1994).

Do ponto de vista mais “turístico”, a origem dos *hostels* remonta ao início do século XX, quando em 1912, no Castelo de Altena, o professor alemão Richard Schirrmann instalou o primeiro *youth hostel* (*jugendherberge*). A ideia original visava encorajar os jovens para disfrutarem de lugares e experiências fora dos seus ambientes de casa. A criação do *hostel* foi mais um passo dado por Schirrmann decorrente da utilização que já fazia dessas instalações em período de férias escolares durante visitas de estudo organizadas (McCulloch, 1992; Timothy & Teye, 2009).

De acordo com a *Hostelling International (HI)*, a ideia surgiu-lhe quando numa dessas suas excursões, foi surpreendido por uma tempestade tendo-se abrigado numa escola na região e pernoitado numa sala de aula. Esta situação levou-o a, em 1910, escrever um ensaio visando o estabelecimento de *hostels* para alunos de escolas públicas (*Volksschülerherbergen*), onde duas salas seriam suficientes, uma para rapazes e outra para raparigas (“*Two classrooms will suffice, one for boys and one for girls. Some desks can be stacked away thus freeing space to put down 15 beds. Each bed will consist of a tightly stuffed straw sack and pillow, two sheets and a blanket... Each child will be required to keep his own sleeping place clean and tidy.*”) (Hostelling International Canada, s.d.). De acordo com McCulloch (1992) e como também referenciado no *site* da *Hostelling International*, o *youth hostel* era constituído por dois grandes dormitórios, com beliches triplos, uma cozinha, lavatórios e chuveiro.

Esta tendência vinha, contudo, a desenvolver-se ao longo dos anos, dinamizada por organizações e movimentos com motivações religiosas ou de trabalho (muitos deles voluntários) que promoviam a ocupação dos tempos livres dos jovens e que dispunham de centros de férias para os seus membros, onde providenciavam dormida e programas de atividades a baixo custo.

Muitos destes movimentos de jovens visavam preencher o *gap* existente entre a família, economia e instituições políticas, decorrentes de uma Revolução Industrial em forte expansão e de um enquadramento urbano em forte crescimento (Manheim, 1951, citado em Kahane, 1997).

Os maiores impulsionadores destes movimentos – e com forte presença nos dias de hoje, com presença em 119 países e contando com cerca de 58 milhões de membros (YMCA.int, s.d.) – remontam, no entanto, ao século XIX, em particular as organizações voluntárias *Young Men's Christian Association* (YMCA), criada em 1844, por George Williams preocupado, na altura, com a falta de atividades saudáveis para os jovens. Idêntica iniciativa tinha igualmente sido levada a cabo na Suíça, em Basileia, em 1727, estabelecido como um clube para homens solteiros (*Ledeger Verein*), sendo hoje considerado o YMCA mais antigo do Mundo (Muukkonen, 2008).

O desenvolvimento destes movimentos levou ao aparecimento de centros de férias com alojamento para os seus membros, onde se promovia a ocupação dos tempos livres. Dentro desse contexto, em 1883, William Smith lançou a Brigada dos Rapazes (*Boys Brigade*) e, mais tarde, em 1907, Robert Baden-Powell criou os Rapazes Escuteiros (*Boys Scouts*), movimentos virados para as atividades ao ar livre e práticas campistas (Kairos, 2012; McCulloch, 1992).

Também na Alemanha, no mesmo período, em 1901, nascia o movimento “*Wandervogel*” com muitas das atividades a centrarem-se em circuitos pedestres, escalada, campismo, danças tradicionais, palestras e canto de músicas tradicionais (Stachura, 1975, citado em Kahane, 1997), enquanto na Rússia, surgia, após 1917, o movimento *Konsomol*, embora mais controlado e com maiores motivações políticas (Kahane, 1997, p. 63).

Como mencionado por McCulloch (1992, p. 23), muitos destes movimentos ajudaram a criar um clima apropriado para a “germinação” dos *youth hostels* e das *youth travel*.

Com a criação do primeiro *youth hostel*, em 1912, assistiu-se a um crescimento significativo de novas unidades. De acordo com o *site* da *HI*, em 1913, existiam 83 *youth hostels* com um registo de 21 mil dormidas, sendo que em 1921 esse número já atingia as 500 mil dormidas. Este novo fenómeno levou ao aparecimento, em 1919, da

primeira associação de *youth hostels* – a *Youth Hostel Association* (YHA) (McCulloch, 1992).

No verão de 1931 existiriam 12 associações de pousadas da juventude com 2600 *hostels* em operação (Hostelling International Slovenia, s.d.).

Em 1932, em Amesterdão, a 20 de outubro, no âmbito da Conferência Internacional que reuniu 11 associações de Pousadas de Juventude – Bélgica, Checoslováquia, Dinamarca, Inglaterra e País de Gales, França, Alemanha, Irlanda, Holanda, Noruega, Polónia e Suíça - foi criada a *International Youth Hostel Federation* (IYHF) (McCulloch, 2012), contando atualmente com cerca de 4 mil Pousadas de Juventude em 90 países.

Portmann (1955) mencionava que, em 1954, já existiriam 28 associações de Pousadas de Juventude registadas na Associação Internacional, representando mais de dez milhões de lugares disponíveis para acomodação.

Os primeiros *hostels* de gestão privada surgiram no início dos anos 1980 (McCulloch, 1992). No caso da Austrália, o primeiro *hostel* privado (*Backpacker Inn*) abriu em Cairns, em 1983 (McCulloch, 1991), mais focado na captação de *backpackers* do que turistas em geral. Este novo fenómeno, de acordo com McCulloch (1991) ditou uma queda de cerca de 50% da quota de mercado das Pousadas de Juventude e evidenciou o reconhecimento do potencial deste tipo de alojamento (em 1990, já existiriam 42 *backpackers hostels* na região de Cairns).

Em Portugal, o fenómeno *hostel* é ainda mais recente, com os primeiros *hostels* privados a surgirem na capital portuguesa em 2005 (*Lisbon Lounge Hostel*) e no Porto em 2006 (*Andarilho Hostel*)²⁷. No entanto, o primeiro *hostel* (leia-se, neste caso, Pousada de Juventude) foi criado em 1959, em Oeiras, no forte de Catalazede (Catalão, 2008).

²⁷ Embora exista um consenso quanto ao primeiro *hostel* na cidade do Porto, em Lisboa a informação é mais difusa, com os “louros” a serem atribuídos ao *Lisbon Lounge Hostel*, inaugurado a 15 de abril de 2005. O mercado dos *hostels* em Portugal, mais propriamente nas cidades de Lisboa e Porto, será objeto de análise mais aprofundada no capítulo 7.

4.2.3.2. Definição e conceito do alojamento *hostel*

Nem sempre consensual, a noção de *hostel* tem vindo a ser trabalhada por alguns autores, muitas delas, derivando do conceito de *youth hostel* (albergue ou Pousada de Juventude). Como refere Bourget (2012) *“a palavra hostel tem a virtude de gerar diferentes reações, do terror a memórias carinhosas e tudo o que se encontre no meio”*.

De acordo com o Prontuário Turístico (Domingues, 2013) *hostel* é um *“termo porque são conhecidos alguns estabelecimentos hoteleiros de tarifas moderadas, geralmente utilizados por grupos de jovens”*²⁸ (p. 170). Domingues adota igualmente uma outra designação para *hostel*, no caso, *living lounge hostel*. Tal como reportado pelo autor trata-se de uma *“designação ampliada de hostel, utilizada com finalidades de marketing, que abrange um conceito diferente e tradicional de hostel porque aceita hóspedes que ultrapassam a idade convencional da juventude”* (p. 196). Sempre de acordo com o autor, este tipo de alojamento tem tido um grande desenvolvimento nos grandes centros urbanos, preferencialmente em edifícios antigos, o que os permite facilmente adaptarem-se ao mercado e oferecer um maior número de quartos. Domingues (2013) considera ainda que *“as tarifas são normalmente atrativas, tanto para jovens como para adultos”*.

Também na edição do Dicionário Técnico de Turismo, Domingues (1990) considera *hostel* como uma unidade de tarifas moderadas que dá resposta a necessidades de pernoita de jovens, em contexto de férias ou deslocações, com finalidades desportivas ou culturais. Esta definição, até pelas reuniões levadas a cabo no âmbito da investigação junto das Pousadas de Juventude de Lisboa e Porto, encaixa na perspetiva da Pousada de Juventude, em especial quanto à sua utilização como meio de pernoita para provas desportivas ou eventos culturais (onde se inclui, igualmente, estadas longas por estudo).

A HI define *“A hostel is good quality budget accommodation that offers a comfortable night's sleep in a friendly atmosphere at an affordable price. Hostels also provide the perfect way to get to know a country at low cost and meet many like-minded travellers*

²⁸ Na anterior edição do Prontuário Turístico (Domingues, 1997) *hostel* era definido como o *“nome porque são conhecidos alguns estabelecimentos hoteleiros de tarifas moderadas, geralmente utilizados por gente jovem (p. 156). Na primeira edição do Prontuário, de 1982, a designação de hostel ainda não constava (Domingues, 1982).*

while using the communal facilities such as the bar or lounge, the kitchen. Hostels offer a wide range of accommodation including shared rooms (either single sex or mixed) and private rooms. Private rooms are becoming increasingly popular at our hostels, making hostels open to families and couples as well as individuals and groups.” (Hostelling International, s.d.)

Como se depreende da definição acima, existem alguns aspetos que caracterizam um *hostel* e que merecem ser realçados: ambiente (*friendly atmosphere*), preço (*affordable price, low cost*), facilidades partilhadas (*bar, lounge, kitchen*), quartos partilhados (*shared rooms*) e, não menos importante, o conhecimento de outros viajantes (*meet many like-minded travellers*).

Num contexto mais científico, são vários os autores que deram contributos positivos para a definição de *hostel*, muitos deles, associados à definição de turismo jovem ou *backpacker* (onde esta temática tem vindo a ser trabalhada com muito mais profundidade de investigação que o conceito de *hostel*, como já mencionado).

Nash *et al.* (2006) consideram *hostels* como um alojamento económico promovendo um segmento específico de turistas conhecidos como *backpackers*. Também Dallen e Teye (2009) consideram os *hostels* como alojamentos quase sempre associados a jovens mochileiros (*backpackers*) e a alguns turistas independentes que viajam com um orçamento restrito, à procura de um alojamento mais barato e que querem, muitas vezes, conviver com outras pessoas da sua categoria sócio-económico e estrato etário (p. 213).

De acordo com Swift (2002), citado em Lemaresquier (2008), *hostels* são um alojamento económico que oferece aos viajantes mais sensíveis ao custo (*cost-conscious travellers*) “uma alternativa mais barata e divertida que os hotéis”.

Também Mancini (2005), citado em Saraiva (2013), embora num contexto mais urbano, define *hostel* como um meio de alojamento frequentado por estudantes ou por aqueles com orçamentos reduzidos, oferecendo, por norma, acomodação a baixo custo nas cidades maiores. Alguns *hostels* solicitam aos hóspedes para trazerem a sua roupa de cama ou para realizarem algumas pequenas tarefas em troca de alojamento barato (p. 74).

Cadilhe (2010) salienta, pela sua longa experiência enquanto viajante do mundo, que os *hostels* são um lugar fantástico para conhecer outros viajantes, trocar informações e

fazer novos amigos, do mesmo modo que Catalão (2010), citado em Saraiva (2013), enfatiza o ambiente de descontração e informalidade que alavanca a mais-valia da experiência de quem fica num *hostel*.

Aquando de uma das muitas reportagens televisivas sobre *hostels* e sobre o seu sucesso nas cidades de Lisboa e Porto (TVI, 2014), Benedita Vasconcellos, proprietária do *Goodmorning Lisbon Hostel*, considerava um *hostel* como “um hotel com um “s” de *socializing*”, colocando, mais uma vez, a tónica no ambiente e na experiência da partilha entre hóspedes. Esta afirmação encontra-se em linha com a posição de Douglass (2013) ao afirmar que o termo *ho(s)tel* personifica um produto híbrido que combina os serviços de um hotel com a informalidade e a cordialidade de um *hostel*.

Esta nova tendência, que combina a elegância, modernidade e serviço de hotel (*wi-fi gratuito*, pequeno-almoço, restaurante, casas de banho privadas e alternativas menos agitadas que os dormitórios) com o ambiente de um *hostel* foi já batizada de *poshtel* (Holliday, 2014).

Tal como na procura, com novas tendências e novos “rótulos”, também a oferta se vai adaptando às necessidades do mercado. Do mesmo modo que assistimos à “*hibridização*” do mercado das companhias aéreas, também no alojamento se começa a assistir a idêntica tendência, embora mais condicionada pela vertente legal na definição dos estabelecimentos hoteleiros e do alojamento local. A mistura do ambiente mais informal de um *hostel* com a elegância, qualidade e funcionalidade dos serviços de um hotel parece ser mais um dos diferentes caminhos para dar resposta às necessidades dos clientes.

4.2.3.3. *Independent hostel versus youth hostel*

O crescimento no mercado dos *hostels* independentes veio colocar grande pressão sobre os produtos mais tradicionais, onde se enquadram as Pousadas de Juventude (*youth hostels*). Como mencionado por McCulloch (1992), referindo-se ao caso particular da Austrália, a rápida entrada no mercado de um novo concorrente de alojamento económico, no início dos anos 1980, usando o nome de *backpacker*, obrigou a reformas para melhorar a imagem austera e restritiva dos *youth hostels* (p. 25).

Como refere Russell (1990), citado em McCulloch (1992), *backpacker* tornou-se num rótulo que significava ir ao encontro das necessidades dos clientes “(we understand

what you (the backpacker) want and we can provide it because we are not stuck in old ways and traditions. You will get what you want with us and have a good experience)".

Por outro lado, os novos *hostels* independentes eram geridos como negócios rentáveis por empreendedores versáteis, orientados para o mercado e para o negócio, sem necessidade de filiação e pagamento de quotas, sem obrigações, sem recolher obrigatório, com consumo de bebidas alcoólicas autorizadas, quartos duplos, dormitórios mistos, transporte gratuito de/para os aeroportos, estação de comboios ou terminal de autocarros, assim como, a aceitação de cartões de crédito, disponibilizando igualmente descontos em lojas, refeições, piscinas, discotecas, pranchas de *surf*, entre outras facilidades (Hawley, 1989, citado em McCulloch, 1991).

Ao contrário, os *youth hostels*, pelo facto de se manterem sozinhos no mercado durante décadas, não perceberam estas mudanças de atitude e de comportamento, mantendo as mesmas regras "*aborrecidas e conservadoras*", não se adaptando às novas exigências do mercado. Apostando em localizações onde assumiram que os turistas gostariam de ir, foram confrontados com os novos *hostels* independentes situados no centro das cidades e perto dos transportes públicos (Russell, 1990 citado em McCulloch, 1992).

Também Portmann (1955) escrevia que "*the running of the hostels is therefore based on an educational policy*", muito baseado, nos conceitos de disciplina e rigor que lhes estiveram na origem. Como referido por Portmann (1995), "*às 10 horas da noite todas as Pousadas de Juventude estão fechadas e, após essa hora, não são permitidas entradas. Fumar e o consumo de bebidas alcoólicas estão igualmente proibidos*" (p. 17).

Esta situação, sempre de acordo com McCulloch (1992), levou a que, na renovação dos serviços dos *youth hostels*, se optasse por um alargamento do prazo dos serviços oferecidos e reajustamentos nas regras de utilização (antes nenhum turista podia ficar mais de três dias no mesmo *youth hostel*), flexibilização dos horários de funcionamento (acabando com o período de recolher obrigatório) e maiores preocupações com o conforto e comodidade.

Russell (1998) elencou as principais medidas adotadas pela YHA no processo de modernização e renovação dos *urban youth hostels*:

- ✓ Localização como fator determinante para o sucesso;

- ✓ Redução da capacidade de alojamento nos quartos, com um limite de seis camas em dormitório, aposta nos *ensuite* e oferta gratuita de lençóis;
- ✓ Novos serviços de apoio como cacifos, decoração, zonas de leitura e luzes de leitura individual;
- ✓ Oferta de um serviço de refeições económicas ou aposta na restauração de proximidade; e,
- ✓ Salas de estudo ou de reunião (convívio), dinamização de atividades e de eventos.

Mesmo assim, como já anteriormente mencionado, apesar do crescimento dos *hostels* independentes, os *youth hostels* representam um universo de mais de 4000 unidades em mais de 80 países [(Chandrasekaram & Paterik (2002), citados em Hecht & Martin (2006), afirmavam que existiriam, de acordo com a *HI*, aproximadamente 35 milhões de camas nos *hostels* seus afiliados)]. Mas como refere Bunda (2014), o conhecimento sobre o valor da indústria global dos *hostels* é mínimo, uma vez que apenas existem estimativas pouco realistas e imprecisas do número de *hostels*. Nesse sentido, um censo dos *hostels*, mesmo que difícil de compilar, seria uma grande ajuda para os investigadores que necessitem de saber onde a indústria dos *hostels* está mais concentrada e em que regiões a expansão é mais notória.

Se é certo que um “*youth hostel*” é entendido como “*to be an inexpensive, dormitory-style accommodation for travelers who require neither the luxury nor the privacy of a typical hotel*” (Dubin, 2003), o conceito evoluiu para uma rede mundial organizada de alojamento que oferece consistência em termos de *standards* mínimos de conforto e segurança.

Os *hostels* oferecem hoje aos jovens, sempre de acordo com Dubin (2003), a possibilidade de viajar com orçamentos reduzidos, conviverem com outros “*hostellers*” e estabelecer amizades com estranhos.

Oliveira-Brochado e Gameiro (2013) descrevem algumas diferenças importantes entre os *hostels* e os hotéis. De acordo com estes autores, embora ambos forneçam alojamento, os *hostels* disponibilizam vários tipos de acomodação, como dormitórios partilhados ou quartos privados, podendo-se reservar uma simples cama individual num

quarto ou num dormitório (enquanto num hotel a reserva visa apenas o quarto em utilização individual ou dupla). Por outro lado, os *hostels* são mais informais e mais virados para um ambiente de aventura atraindo segmentos de viajantes mais jovens. Por último, um *hostel* oferece mais e melhores oportunidades aos hóspedes para “sociabilizarem” e conhecerem novas pessoas de diferentes culturas, quer nas áreas comuns, quer nos dormitórios.

Do mesmo modo, Bunda (2014) investigou sobre a diferença entre os modelos de negócios dos hotéis e *hostels*. Como mencionado por este investigador, “*Although at their core they meet the same basic need, at this point they diverge, splitting into two industries that offer very different experiences for very different customers.*” (p. 3).

Aliás, Bunda (2014) reforça este aspeto na discussão da sua investigação ao perguntar “*Why are hotels and hostels so radically different if they both, in essence, offer beds for rent?*” (p. 31). Ou, numa outra perspetiva “*What makes the hotel guest experience so different from the hostel guest experience when both groups of customers just need a place to spend the night?*” (p. 5).

Também Moisa (2010b) realça essa atmosfera própria de um *hostel* ao considerar que um “*hostel é mais que uma unidade de alojamento, é algo especial, um lugar onde os jovens podem enriquecer a sua cultura e multiculturalismo por encontrar outras pessoas de todas as partes do mundo*” (p. 643).

É, dentro deste contexto que surgem, com maior evidência os *hostels*, assim como os hotéis *low cost* (ou também referenciados, muitas vezes, como *budget hotels*).

Bourget (2012) coloca a tónica na relação entre *hostels* e *budget hotels* considerando-os similares em muitos aspetos, quer do ponto de vista de mercado (ambos empenhados em atrair clientes à procura de alojamento a preços convidativos), quer do ponto de vista operacional e financeiro.

Também Ozer e Saldamli (2015), ao avaliarem a concorrência entre hotéis e outro tipo de alojamento, constataram que um grande número de hotéis (de 1 a 3 estrelas), *guesthouses* e dormitórios fazem parte do turismo mais económico, sendo parte integrante do movimento turístico que designaram de “*youth tourism*”. Mesmo sendo elevado o volume de unidades desta natureza, os autores constataram que a capacidade de concorrência com os hotéis de categoria superior é baixa.

Lara (2014), ao apresentar o caso de estudo relativo ao *The Independent Hostel & Suites*, avaliou a concorrência com outras unidades de alojamento local (para o segmento mais *price sensitive* utilizador dos dormitórios) tendo colocado a concorrência das *suites* do *hostel* ao nível dos hotéis de 4 estrelas.

Tal como outros autores já referenciaram, *hostels* são uma forma de alojamento temporário, onde *backpackers* e outros viajantes podem alugar uma cama (normalmente em beliche), num quarto com outros hóspedes. Além da cama, todas as outras facilidades são partilhadas entre os hóspedes, incluindo a casa de banho e a cozinha. Outras facilidades incluem, normalmente, computadores partilhados, acesso *wi-fi*, troca de livros e cadeados (*lockers*), assim como, piscina, bar/restaurante (ou zona de refeições), aluguer de bicicletas e zona de reserva de viagens (Bunda, 2014).

Hetch e Martin (2006), aquando do estudo das características dos *backpackers* que visitam os *hostels* na região do Toronto (Canadá), definiram um conjunto de *items* valorizados por estes ao nível da localização, limpeza, preço, número de camas por quarto e no *hostel*, cozinha comum, restrições à entrada, restaurante/bar, segurança no *hostel*, qualidade do *staff*, recomendação do *hostel*, dormitórios mistos, acesso a informação (serviços de informação) e outras facilidades e extras.

Também Dallen e Teye (2009) enaltecem as características que distinguem o conceito de *hostel* ao nível do custo reduzido por cama, que varia de acordo com o número de utilizadores por quarto; a possibilidade de conhecer outras pessoas com o mesmo tipo de motivações; o acesso à *internet*, de forma gratuita ou a custo muito baixo; a possibilidade de existência de biblioteca e de troca de livros e, não menos importante, a acessibilidade e localização do alojamento (p. 218). Dallen e Teye (2009) mencionam igualmente algumas das principais desvantagens face a outros tipos de alojamento, salientando a falta de privacidade, o barulho (quer nas zonas comuns quer nos quartos) e, em certos aspetos, a falta de segurança. Parode (2011) junta-lhe outras desvantagens, nomeadamente ao nível das idades (limitações a partir dos 26 anos), hora limite para entrada, ausência de serviço H24, entre outras (embora muitas destas limitações estejam diretamente relacionadas com os “*youth hostels*”).

Como refere Ricardo Castro, na altura Presidente da Associação de *Hostels* de Portugal, “*é um sítio confortável e relaxado onde se pode dormir, comer, cozinhar e conhecer*

novas pessoas, por um preço acessível mas com parâmetros de qualidade elevados” (Turismo de Lisboa, 2009a).

Para Saraiva (2013), o facto de a unidade de venda ser a cama, permite que, no mesmo quarto, possam pernoitar hóspedes com reservas independentes entre si, maximizando a ocupação dos quartos. O preço da cama, como já referido em Dallen e Teye (2009), é determinado pela dimensão do dormitório, sendo que, quanto maior a sua capacidade menor será o preço pela cama.

Embora Bunda (2014) defina que a capacidade dos *hostels* possa variar entre as duas e as 29 camas, de acordo com Saraiva (2013), os dormitórios mais comuns têm capacidades entre as 4 e as 8 camas. Por outro lado, os *hostels* podem ter dormitórios por género ou mistos, com a opção de casa de banho privada (*ensuite*) ou partilhada. Também ao nível dos quartos a sua tipologia varia, sendo os mais comuns os quartos duplos, triplos ou familiares (com quatro a seis camas)²⁹.

Como já caracterizado aquando da definição da Hostelling International (s.d.), o ambiente simpático (*friendly atmosphere*), o preço aceitável, a partilha ao nível da cozinha, zona de refeições e bar, a partilha de quartos e dormitórios e, não menos importante, o conhecimento de outros viajantes são algumas das características inerentes ao conceito de *hostel*.

Estamos perante um modelo de alojamento em tudo diferente da denominada hotelaria tradicional e que, como se constata, apresenta similitudes com o modelo de baixo custo da aviação, ou seja, grandes preocupações com a variável preço. Por outro lado, tal como nas companhias aéreas de baixo custo, também ao nível do alojamento coletivo se assistiram a alterações relevantes do seu modelo de negócio ao longo dos anos, evoluindo das Pousadas de Juventude para modelos mais flexíveis, atuais e independentes.

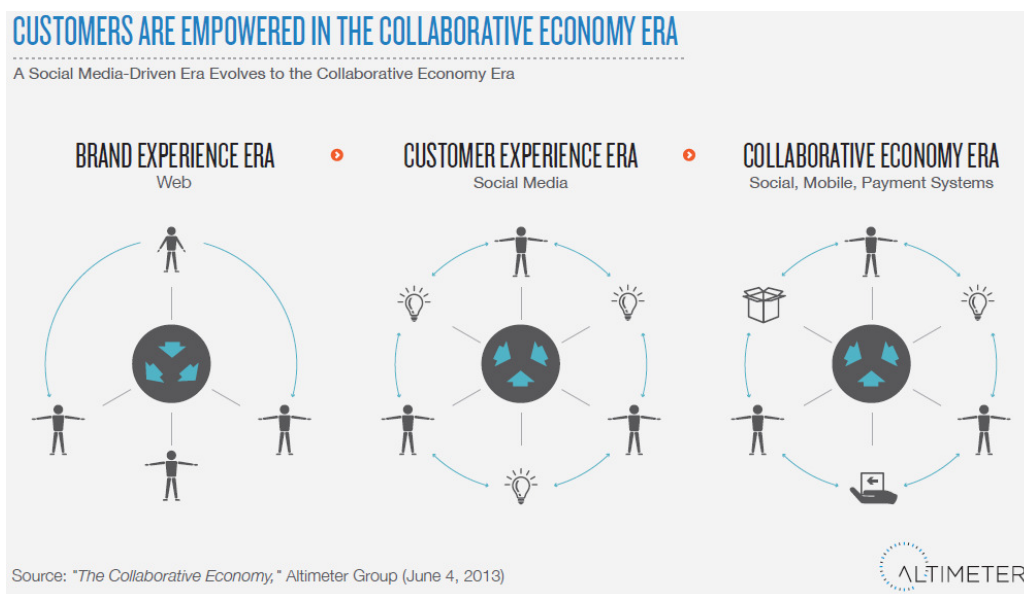
²⁹ Muitas das antigas pensões em Lisboa e Porto adotaram a designação de *hostel* pela maior aceitação desta designação pelo mercado. No entanto, a totalidade da capacidade é em quartos privados, sem dormitórios, situação que será gradualmente corrigida com a legislação entretanto publicada.

4.3. A economia participativa e os seus impactos em novos modelos de alojamento

Mesmo não sendo o foco principal da investigação, é certo que a denominada economia de partilha (*sharing economy*) ou economia participativa ou colaborativa (*collaborative consumption*) tem dado uma grande vitalidade ao aparecimento de novos modelos de alojamento, sendo uma fonte de investigação recente, onde começam a surgir algumas obras de referência.

Como refere Lee (2013) muitos dos *millennials* espera encontrar sítios de alojamento que lhes ofereçam experiências interativas e práticas, situação que tem levado ao aparecimento de novos conceitos de alojamento incluindo “*hostels, airbnb, couch surfing and home exchanges*”.

A figura que abaixo se apresenta é representativa da evolução sentida ao longo dos tempos quanto ao modo de relacionamento dos clientes, primeiramente apenas social, mas ultimamente e em forte crescimento, com criação de oportunidades de negócio entre os participantes. Como afirmado por Owyang, Tran e Silva (2013), os consumidores compram entre si, além das compras através dos circuitos ou instituições tradicionais, sendo que o poder se transferiu para o consumidor.



Fonte: Retirado de The Collaborative Economy (Owyang *et al.*, 2013)

Fig. 21. Era da economia colaborativa

Os autores definem economia participativa (*collaborative economy*) como “*um modelo económico onde a propriedade e acesso são partilhados entre empresas, negócios*

emergentes e pessoas. Esta situação resulta em maior eficiência no mercado traduzida em novos produtos, serviços e crescimento do negócio.” (Owyang *et al.*, 2013, p. 4).

De acordo com Bainbridge (2013), foram os economistas Marcus Felson e Joe Spaeth que inicialmente introduziram o conceito sobre “*collaborative consumption*” numa discussão sobre partilha de veículos automóveis (*car sharing*), conceito que rapidamente evoluiu como facilitador de vendas, de alugueres ou de trocas.

Sem dúvida que a tecnologia deu um forte contributo para que a economia participativa tivesse evoluído exponencialmente, não só ao nível das: a) redes sociais, que vieram facilitar as transações *p2p* ao fazer o encontro entre a oferta e a procura; b) plataformas e equipamentos móveis, em especial ao nível da utilização e adoção dos *smartphones*, permitindo aos consumidores pesquisar e oferecer bens e serviços onde quiserem e quando o entenderem; e, c) sistemas de pagamentos, com especial atenção para o *e-commerce* e as plataformas eletrónicas de pagamentos. No entanto, também o contributo dado ao nível económico e da sociedade (com uma maior apetência para a troca e partilha) foram importantes para o desenvolvimento deste novo e disruptivo modelo (Owyang *et al.*, 2013).

Botsman e Rogers (2010) identificaram três tipos de economia partilhada:

- *Product service systems* – permitindo às empresas oferecer bens como um serviço, em vez de os venderem como produtos. Bens são propriedade privada e podem ser partilhados ou alugados *p2p*;
- *Redistribution markets* – onde os bens usados são transacionados ou doados;
- *Collaborative lifestyles* – pessoas com necessidades ou interesses similares partilham e trocam ativos, tempo, espaço, *skills* e dinheiro.

Como referem, “(...) *these systems are reinventing not just what we consume but how we consume.*”, sendo que, não se trata de uma tendência, fruto da crise de 2008, mas sim de um movimento com milhões de pessoas de todos os cantos do mundo³⁰. Trata-se de

³⁰ Os autores possuem vários exemplos sobre a economia colaborativa ao longo do livro, sendo a afirmação seguinte bastante elucidativa quanto à temática: “*Couchsurfing, um site que põe em contacto viajantes e pessoas locais, em mais de 235 países e territórios, é atualmente o “hospitality service” mais procurado na Internet*” (p. xvii). A sua publicação é de 2010!

uma oportunidade que está a tornar muitos dos consumidores em “*microentrepreneurs*”, com as pessoas a ganharem dinheiro através do aluguer de produtos e espaços que, caso contrário, estariam inutilizados ou ociosos.

Como definido por Matzer, Veider e Kathan (2015), o conceito central do consumo de colaboração visa “*obter valor a partir do potencial inexplorado de bens que não são totalmente explorados pelos seus proprietários.*”. Deste modo, os autores identificaram seis formas, através das quais, as empresas podem responder à ascensão do consumo de colaboração: 1) vendendo a utilização de um produto e não a sua posse; 2) apoiando os clientes no seu desejo de revender bens; 3) explorando recursos e capacidades pouco usadas; 4) fornecendo serviços de reparação e manutenção; 5) usando o consumo de colaboração para atrair novos clientes; e, 6) desenvolvendo modelos de negócio novos possibilitados pelo consumo de colaboração.

Owyang *et al.* (2013) identificaram, na sua investigação, novos modelos de negócio na economia partilhada, a grande maioria na área dos serviços (*car sharing, bike sharing, ride sharing, toy rental, textbook rental, art rental, fashion rental, movies, general online rental, neighborhood rental/share/market, taxi sharing, travel*, entre outros) (pp. 17-24). Também marcas notórias começam a encontrar espaço na economia partilhada como são os exemplos do *Drive Now* (BMW), do *Volkswagen Quicar*, do *Mu by Peugeot* ou do *Car2Go* da *Daimler* (Owyang *et al.*, 2013, p. 17).

No que ao turismo diz respeito e como refere o editorial da *Hotel News Now* (HNN, 2014), numa edição especial relativa ao impacto da *sharing economy* nos hotéis, “*a sharing economy está a prosperar na indústria turística, com os proprietários de apartamentos e de casas a usarem uma multiplicidade de canais de distribuição para alugarem a sua capacidade ociosa aos viajantes que procuram alternativas aos tradicionais hotéis.*” (p. 2).

Conley (2014) considera que “*airbnb is an old idea with a new tech twist*” e recorda que, já em 1953, o sindicato dos professores suíços e holandeses tinham criado uma “*home-sharing alliance*” para que os seus membros pudessem encontrar um meio mais barato para viajar. Adicionalmente, nas últimas duas décadas, as pessoas já alugavam as suas segundas casas através do *Vacation Rentals* (hoje parte da *HomeAway*) ou da *Craigslist* (ambas fundadas em 1995).

Para Conley (2014), cada vez mais os hóspedes, em especial os *millennials*, querem viver como um local e conectarem-se com parceiros de quem se podem tornar amigos. E muitos dos hóspedes procuram mais espaço por menos dinheiro e não necessitam de limpeza diária. Por seu lado, Botsman e Rogers (2010) consideram que os proprietários usam a *Airbnb* para realizarem algum dinheiro extra e conhecerem novas pessoas.

Conforme identifica David Brooks do *New York Times* (citado em Conley, 2014), *Airbnb* é apenas uma peça da crescente economia participativa onde “*as pessoas estão a alugar os seus carros a pessoas que não conhecem, a deixarem os seus animais de estimação com pessoas que não conhecem, a alugar dispositivos elétricos a pessoas que não conhecem.*”. Para Psarros e Pastras (2015), as novas gerações de consumidores preferem o acesso à posse. Passou-se da “*internet das coisas*” para a “*internet de tudo*”, onde os avanços tecnológicos facilitam a conectividade das redes de pessoas, processos, dados e coisas.

Só em Espanha, de acordo com Russo (Hosteltur, 2015a), a *Airbnb* comercializa o equivalente a 592 hotéis com uma capacidade média de 100 quartos, sendo que Russo analisou igualmente a oferta ao nível do *couchsurfing*, tendo identificado 144.688 “*sofás*” disponíveis para aluguer e cerca de 3000 casas em troca através da *HomeExchange*.

Também Vilaça (2015) realça a economia colaborativa como uma “*solução*” económica para a organização de férias, uma vez que “*(...) estão a surgir novas formas de viajar a custos muito baixos assentes na partilha e permuta de bens e serviços*”. De acordo com o autor, exemplos como a *WeSwap* (câmbio de divisas entre particulares), *Airbnb* ou *HomeExchange* (alojamento em casas particulares) ou *Campinmygarden* (instalar a tenda no quintal ou jardim) e a *Eatwith* (comer em casa de particulares), mostram como a economia colaborativa é promovida por particulares que os torna competidores, sem que tenham os custos de estrutura e as taxas e impostos que têm as empresas convencionais.

No entanto, Psarros e Pastras (2015) evidenciam que a crescente presença da economia de partilha no turismo e hotelaria mostra novas tendências de associação entre o modelo tradicional e novos modelos de negócio, como evidenciam a parceria entre a *Starwood* e a *Uber*, “*permitindo aos viajantes acumularem Starpoints, enquanto são conduzidos por um motorista Uber.*”

Dos muitos artigos disponíveis sobre a temática, uma referência a Gentile (2014) que refere que “*com a Airbnb tornamo-nos em “alugadores de camas”, com UberPop taxistas, com BlaBlaCar condutores de automóveis, com Gnammo cozinheiros. Tudo sem licença, tudo sem qualquer autorização, tudo – nem sempre, mas acontece – com pagamentos por debaixo da mesa. Mas principalmente, de uma atividade improvisada obtem-se lucro, ou seja, fica-se com os proveitos e não com os encargos, taxas e licenças. Quem entregaria a própria saúde a um veterinário? O projeto da sua casa a um que desenha bem? A sua viagem de lua-de-mel ao amigo desenrascado? Ops, mas isto já acontece ...*”.

Sem dúvida que as tecnologias de informação e comunicação (TIC) e a *internet* em particular, vieram dar poder ao “*novo turista*”, tecnologicamente mais preparado, com maior capacidade de viajar e multicultural, que procura valor nas suas opções, que estabelece as suas preferências e horários (Buhalis & Law, 2008), passando de uma abordagem passiva para uma abordagem ativa, numa filosofia “*always on*” (Dionísio, Rodrigues, Faria, Canhoto & Nunes, 2009).

Os consumidores têm hoje acesso a um manancial de informação que lhes permite efetuar as suas reservas numa fração de tempo, custo e conveniência, tal como nos métodos tradicionais, aumentando a qualidade de serviço e contribuindo para uma maior satisfação do cliente/viajante (O'Connor, 1999 citado em Buhalis & Law, 2008). Os desenvolvimentos ao nível da velocidade das redes, capacidades e dos motores de busca (*search engines*) influenciaram decisivamente os turistas no uso e planificação das suas viagens (Buhalis & Law, 2008).

Tal como já perspectivavam Carrera (2009), Dionísio *et al.* (2009) ou Kotler, Kartajaya e Setiawan (2010), o futuro passaria por uma maior colaboração entre consumidores, com participação e motivação ativa destes na co-criação de produtos e serviços. Há muito que as empresas deixaram de ter controlo sobre as suas marcas porque estão a competir com o poder coletivo dos consumidores, pelo que as empresas devem colaborar com estes, ouvindo-os para compreender os seus pensamentos e perceber as suas perceções do mercado. Além de ajudarem as empresas a desenvolver produtos, os consumidores podem igualmente contribuir com ideias para campanhas publicitárias.

A economia partilhada, tal como citado supra na parceria entre a *Starwood* e a *Uber* é uma hoje uma realidade incontornável. É, mais uma vez, a procura quem dita as regras,

com a oferta, seja ela em casa particular, apartamento, *hostel* ou hotel a ter de encontrar a “fórmula” para se adaptar ao que os clientes anseiam, procuram e desejam.

A maior informalidade no tipo de alojamento *hostel*, a maior apetência dos clientes jovens pela tecnologia (*the connected generation*) e a procura de experiências novas e de partilha, deixam um amplo campo de manobra para o estudo desta tipologia de alojamento.

4.4. Conclusões do capítulo

Continua a não ser pacífica a definição de turismo jovem, apesar da importância que a OMT atribui à temática, pelo crescimento e dinâmica que evidencia e pelo seu potencial futuro.

Mas mais importante que a definição em si são as alterações que o turismo jovem, a par dos outros segmentos, tem sofrido nos últimos anos.

De esteriótipos criados quanto à relação direta entre turismo jovem e *backpackers* a novos padrões da procura, onde se incluem novos “rótulos” como os *flashpackers* ou, mais recentemente, os *worldpackers*, certo é que os jovens atuais são, acima de tudo, tecnológicos, ligados em rede e que procuram e disseminam a partilha de informação e de experiências.

Tal como os jovens, também o alojamento *hostel* evoluiu ao longo do tempo das tradicionais Pousadas de Juventude para *hostels* independentes, sofisticados, flexíveis, confortáveis, dispondo de áreas e serviços específicos (cozinha equipada, zonas comuns, receção H24, depósito de bagagem, cacifos, etc.) e tecnologia (*wi-fi*, computadores para acesso, etc.), capazes de responder aos novos padrões e perfil da procura e onde se pode, com qualidade, dormir, cozinhar, comer e conhecer novas pessoas a um preço acessível.

A procura de novas experiências e a interação com a realidade local, associada a novos modelos de comercialização, assentes na tecnologia e na partilha, tem levado ao surgimento de novas tendências de alojamento e a novos modelos de colaboração.

A tecnologia e as novas ferramentas de comercialização e de colaboração e informação, não só para os *hostels* como para as companhias aéreas de baixo custo, vieram permitir

criar novas oportunidades de negócio, com evidências crescentes da presença da economia de partilha e da sua integração com os modelos mais tradicionais.

Considera-se, contudo, nesta nova realidade económica e social, que a integração dos *hostels* em plataformas de *sharing economy* será menos problemática que a sua difícil inclusão nos sistemas de reservas das companhias aéreas ou dos *Global Distribution Systems* (GDS).

Parte III – Metodologia da investigação

5. Procedimento científico e filosofia de investigação

5.1. Introdução

Pretende-se, com este capítulo, apresentar os vários aspetos críticos à metodologia que serviram de base à presente investigação.

Para Deshaies (1997), “*a metodologia está para a investigação como o sujeito está para o conhecimento*” (p. 25). Como refere o autor, a metodologia não substitui o investigador, mas dá-lhe os meios que ajudam para que este possa empreender uma investigação na busca do conhecimento.

Este capítulo não pode, no entanto, analisar-se de *per se*, devendo ser enquadrado nos vários tópicos em discussão ao longo da presente investigação. Muitos dos aspetos fulcrais à delimitação do tema e de abordagem científica do mesmo, serão referenciados no presente capítulo.

Como refere Latorre, del Rincon e Arnal (1996, citados em Coutinho, 2011) “*o método é o caminho e as técnicas o modo de percorrê-lo*”. E, de acordo com Silvestre e Araújo (2012) “*(...) aquilo que é crítico na investigação (...) é o caminho adoptado por cada um (...)*” (p. 5).

5.2. A importância das teorias do conhecimento

De acordo com Coutinho (2011), “*a investigação é (...) um processo sistemático, flexível e objectivo de indagação e que contribui para explicar e compreender fenómenos sociais*”, que suscita o debate e permite gerar ideias inovadoras (p. 7). Nesta linha de pensamento, “*investigar é assim uma actividade que pressupõe algo que é investigado, uma intencionalidade de quem investiga e um conjunto de metodologias, métodos, e técnicas para que a investigação seja levada a cabo (...)*” (pp. 5-6).

Mas, sempre de acordo com a mesma autora, a investigação em ciências sociais impõe dois requisitos: que, por um lado, seja científica e, por outro lado, que seja adequada ao objeto de estudo.

Deste modo, a investigação em ciências sociais e humanas é caracterizada por uma multiplicidade e dependência contextual. Enquanto a multiplicidade “*observa-se pela existência de diferentes abordagens e/ou modelos, e/ou paradigmas (...)*”, a

dependência contextual *“resulta do facto, inquestionável, do cientista social não poder dissociar-se do contexto sócio-cultural em que está inserido, o que leva a que a ciência actual está intimamente relacionada com os universos sociais em que é produzida”* (Coutinho, 2011, p. 7).

Também Perez, Borrás, Mesanat e Mira (2001), embora mais contextualizada para o turismo, definiram investigação como sendo *“ganhar conhecimentos de forma própria; o método do descobrimento da ordenação sistemática dos factos; a busca do desconhecido através do conhecido, servindo-se dos dados experimentados e das leis e princípios da razão; discutir ou aprofundar conscienciosamente realidades; pesquisar, inquirir, indagar; a base do conhecimento; o conhecimento orientado para a elaboração de teorias e hipóteses; a busca empírica e crítica, sistemática e controlada sobre as relações entre fenómenos (Verlinger, 1985), para a busca de decisões empresariais (Davis & Consensa, 1998).”* (p. 3).

De acordo com Silva e Pinto (1986), as disciplinas sociais e em particular o método científico remontam ao século XVII. Como mencionam *“(...) a ciência moderna – a que aposta, desde Galileu, na combinação da “teoria” e da “experiência”, da dedução e da observação sistemática – possui menos de quatrocentos anos de vida.”* (pp. 10-11).

Como referem ainda, *“(...) cada disciplina só acede ao estatuto de ciência quando constroi o seu objecto próprio – quando, delimitando um conjunto de problemas solucionáveis, abandona as questões cuja abordagem se poderia fazer apenas no registo da filosofia, da religião ou da ideologia e se situa a um nível de abstracção e generalidade que lhe permite elucidar regularidades, formular leis, construir modelos interpretativos.”* (pp. 11-12).

Mas ciência é também, de acordo com os autores, procurar soluções para problemas, através da construção de sistemas de relações conceptuais (assente em instrumentos técnicos de recolha e tratamento da informação, métodos de pesquisa) que possam ser submetidos a provas de validação, uma vez que *“(...) as explicações só são científicas se testáveis - e portanto, virtualmente refutáveis (...)”* (p. 12).

Aliás, Carvalho (2009) advoga que a ciência é a *“compreensão das implicações lógicas de todo o conhecimento”*, ou seja, a ciência funciona como a última etapa do aperfeiçoamento do conhecimento (p. ix).

De acordo com o mesmo autor, a ciência é o conhecimento que pode ser submetido a observação, pressupondo, uma outra maneira de ler a realidade, diferente do senso comum. Como menciona, “*a ciência pressupõe ruptura com as evidências do senso comum e a construção de um novo universo conceptual.*” (p. 4).

Wilson (1999, citado em Carvalho, 2009, p. 5) apresenta cinco características³¹ que diferenciam a ciência:

- *Repetibilidade*, em que o fenómeno, em função das investigações e interpretações, é sujeito a análises e experimentação, que pode ser confirmado ou refutado;
- *Economia*, na gestão da informação e no esforço dispendido na sua procura e interpretação;
- *Mensuração*, através da utilização de métricas e escalas de aceitação universal;
- *Heurística*, em que a ciência estimula a descoberta e leva a novas direcções;
- *Consiliência*, enquanto agregador dos vários domínios e explicações causais entre as várias disciplinas.

Como refere também Coutinho (2011), “*a investigação científica e a ciência são o resultado dessa atitude incessante do homem querer conhecer e dominar o mundo*” (p. 5). Mas se é certo, para Coutinho (2011), que investigar etimologicamente significa procurar e investigação significará procura, também é verdade que “*nem toda a procura é investigação*” (p. 5).

Thomas Kuhn (1962, referido em Coutinho, 2011) definiu o conceito de paradigma como o “*conjunto de crenças, valores, técnicas partilhadas para membros de uma dada comunidade científica*”. Do mesmo modo, Coutinho (2005, mencionado em Coutinho, 2011) definiu paradigma de investigação “*(...) como um conjunto articulado de postulados, de valores conhecidos, de teorias comuns e de regras que são aceites por todos os elementos de uma comunidade científica num dado momento histórico*”. São, no fundo, o sistema de pressupostos e valores que servem de base à pesquisa, às opções

³¹ Carvalho (2009) apresenta igualmente uma sexta característica, defendida por Alexandre Quintanilha, traduzida na temporalidade, ou seja, aquilo que pode ser verdade hoje poderá não o ser amanhã.

a serem tomadas pelo investigador para a obtenção de respostas ao seu problema de investigação ou o referencial filosófico que suporta a metodologia do investigador (Crotty, 1998).

Deshaies (1997), tal como Kaplan (1998) e Bisquera (1989), referidos em Coutinho (2011), consideram haver três conceitos diferentes, embora subtis, mas fundamentais, nas definições de metodologia, métodos e técnicas, enquanto para outros autores, tais como Charles (1997) e Macmillan e Schumaker (1997), citados em Coutinho (2011, p. 22), *“os três termos são usados indiferentemente como se de sinónimos se tratasse”*.

Para Deshaies (1997), *“o método em geral e os métodos próprios das disciplinas particulares, podem ser encarados como uma resposta a uma opção geral de abertura à experiência”* (p. 30), para os quais, Deshaies, consagra quatro princípios gerais:

- *“o princípio da tecnicidade enuncia que o progresso do conhecimento científico não se pode separar dos meios técnicos, e especialmente do progresso dos instrumentos necessários à experimentação;*
- *o princípio da revisibilidade considera como norma que certos domínios do conhecimento podem ou devem ser revistos, podendo a revisão ser mais ou menos profunda, chegando a atingir por vezes as noções de base;*
- *o princípio da dualidade insiste na existência de um plano teórico e de um plano de experimentação que deve manter-se constantemente em acção e reacção mútuas;*
- *o princípio de solidariedade corresponde ao facto de qualquer progresso na precisão de um conhecimento limitado dever ser pago com a aplicação de conhecimentos cada vez mais vastos (...).”*

A sua realização, de abertura à experiência, deve, sempre de acordo com Deshaies (1997), ter em consideração *“quatro momentos essenciais”*, como sejam:

- *“a descoberta de um problema, de uma questão, de um paradoxo, no seio de uma situação de conhecimentos já estabelecidos com uma relativa certeza;*
- *a formulação de uma hipótese susceptível de esclarecer, isto é, as dificuldades a resolver;*

- *o ensaio e a experimentação dessa hipótese, cuja confirmação remete na íntegra o procedimento para o seu ponto de partida;*
- *a integração da hipótese na situação de partida (em caso de essa hipótese ser confirmada)” (p. 31).*

Como mencionam Silva e Pinto (1986), “*cada ciência: a) elabora o seu próprio conjunto articulado de questões – a sua problemática – e define o seu objecto científico; b) determina um certo número de problemas de investigação centrais no contexto dessa problemática; c) constroi conjuntos de princípios, teorias, estratégias metódicas e resultados cruciais que servem de modelo ou quadro orientador às pesquisas produzidas na sua área – paradigmas*” (p. 18).

Não deixa de ser importante, como referido por Silva e Pinto (1986) ter em atenção que:

1. Todas as ciências têm, ao longo do seu desenvolvimento histórico, mudado de problemáticas e, como tal, de objetos;
2. Cada ciência tem produzido, ao longo da sua evolução, vários paradigmas, muitas vezes concorrentes, com perspectivas diferentes e até antagónicas;
3. Alguns paradigmas são transdisciplinares, ou seja, atravessam várias ciências;
4. A ciência tem capacidade para reelaborar e transformar as referências culturais e ideológicas a que se liga e avaliar os limites de conhecimento por ela impostos.

Os autores concluem que a divisão do trabalho entre as disciplinas é sempre flutuante e provisória, porque as disciplinas não são estanques e as condições sócio-institucionais variam. Por outro lado, como refere Veal (2011), quando essa investigação se desenvolve nas ciências sociais, lidando-se com pessoas e com comportamentos sociais resultantes das relações entre si e com a envolvente, a ciência (ou o modelo que lhe esteja subjacente) pode ter que ser adaptado e modificado e, em muitos casos, até abandonado (“*the pure scientific model must be adapted and modified, and in some cases largely abandoned*”) (p. 5).

Também para Latorre *et al.* (1996, citados em Coutinho, 2011) os paradigmas de investigação são meros esquemas teóricos, com carácter didático, agrupando os

cientistas que utilizam uma determinada metodologia na prática da investigação, partilhando “*linguagens, valores, metas, normas e crenças*”.

Tal como expresso por Coutinho (2011), a opinião mais consensual defende a existência de três grandes paradigmas na investigação em Ciências Sociais e Humanas: o paradigma positivista ou quantitativo, o paradigma interpretativo ou qualitativo e o paradigma sociocrítico ou hermenêutico.

No entanto, “*a história das ciências não é tão linear como imaginamos*” (Deshaies, 1997, p. 53). Não sendo objetivo deste ponto da investigação proceder a uma cronologia completa e exaustiva da história do método científico (que nos levaria até aos primórdios da civilização humana) considera-se, mesmo assim, de salientar algumas das principais teorias do pensamento científico moderno, sendo de destacar, em todo o caso, três grandes correntes das teorias do conhecimento: o empirismo (descobrir, explicar e prever os factos do mundo em que vivemos); o idealismo (compreender formas e conteúdos da comunicação humana) e o racionalismo (todo o conhecimento genuíno depende do pensamento).

Para Carvalho (2009) foram as novas correntes do Renascimento Humanista (com alterações profundas ao nível da literatura clássica, do estilo arquitetónico, das artes, entre outras), do Protestantismo (com impactos na reforma da Igreja) e da Revolução Científica (eliminando a Terra do centro do universo e o homem do centro da criação), a partir do século XVI, que levaram aos primórdios da ciência moderna:

Tabela 8

Evolução do pensamento científico

Pioneiros	Nicolau Copérnico (1473-1543)	Destruíu a visão estática do Mundo ao representar a terra movendo-se à volta do Sol.
	Michel de Montaigne (1533-1592)	Reintroduziu a ideia de uma interrogação crítica constante, levando a uma nova maneira de descobrir conhecimentos.
	Galileu Galilei (1564-1642)	Fenómenos naturais são expressos matematicamente.
Empirismo	Francis Bacon (1561-1626)	O conhecimento científico não só conduz à sabedoria mas também ao poder. A ciência com recurso à razão (integração da lógica) e à experimentação. A indução como a base para a exploração e a descoberta e para a produção de conhecimento. A lógica e o controlo dos factos são os únicos métodos de exploração e descoberta da verdade (o método dedutivo é oposto ao método da descoberta).
	Blaise Pascal (1623-1662)	Estabelece uma diferença entre o <i>espírito geométrico</i> (princípios assentes nas ciências, na aplicação do

		método dedutivo e na capacidade de raciocínio a partir dos princípios estabelecidos) e o <i>espírito de finura</i> (princípios decorrentes da vida social, da aplicação de uma abordagem sintética e da objetividade perante princípios conhecidos). O dilema estabelecido entre os “<i>espíritos geómetras</i>” e os “<i>espíritos finos</i>” enaltece a incompatibilidade entre os dois <i>modos</i> de pensar e as diferenças marcantes entre estes dois tipos de <i>espíritos</i> ao nível da dedução/indução, abstrato/concreto, quantitativo/qualitativo, concebido/percebido e geral/particular, correndo-se o risco de um modo de <i>espírito</i> se submeter ao outro e vice-versa (cuja complexidade do real, não lhe permite dizer exatamente como poderiam reconciliar-se entre si).
	John Locke (1632-1704)	A experiência é a base de todo o nosso conhecimento e a origem das ideias, tal como a observação, fornece a matéria-prima de todos os pensamentos. A percepção das coisas exteriores (objetos sensíveis e exteriores) enquanto fonte de sensações (fonte da maioria das ideias que temos, que depende inteiramente dos nossos sentidos e se propaga até ao nível da nossa compreensão) e a percepção das atividades do espírito (operações cognitivas do nosso espírito) enquanto fonte de reflexão (as ideias que só podem existir por um ato de reflexão sobre as próprias operações mentais) são as únicas fontes originais da elaboração dos nossos pensamentos. Procura na experiência a fonte das nossas ideias que estariam na origem dos nossos conhecimentos, alimentando a reflexão das relações entre a interioridade e a exterioridade do conhecimento.
	David Hume (1711-1776)	Distingue entre impressão (estado de espírito que se experimenta perante um estímulo) e ideia (representação de memória face à impressão vivida). Defendia a criação de uma ciência do homem que introduzisse o método experimental de raciocínio nos assuntos morais, pois a única realidade existente são as impressões. Porque as ideias (falsas) têm uma tendência espontânea para se associarem (por semelhança, contraste e contiguidade) é o precursor do <i>associacionismo</i>.
Racionalismo	René Descartes (1595-1650)	Pretende descobrir um método “<i>para bem conduzir a sua razão e procurar a verdade nas ciências</i>” e que estabelecesse regras que lhe permitisse poder julgar e distinguir o verdadeiro do falso, que lhe ajudasse a duvidar de tudo e a submeter os resultados à razão. A dúvida metódica (ou a crítica das certezas adquiridas), o método analítico (ou da divisão dos problemas), a conduta cognitiva sistemática (ou ir do conhecido ao desconhecido, do simples ao complexo) e a revisão exaustiva dos conhecimentos devem assentar no “<i>eu pessoal</i>” que lhe permita condenar as certezas adquiridas na ciência. Ao refutar as certezas adquiridas da ciência e a autoridade do saber, para

		introduzir o seu “ <i>eu pessoal</i> ” no conhecimento, ensinando a desconfiar-se de nós próprios, submete o pensamento ao método (só aceitar ideias claras e distintas; dividir cada problema em tantas partes quantas as necessárias para o resolver; ordenar os pensamentos do simples para o complexo; verificar sempre os conceitos à procura de omissões).
	Giambattista Vico (1688-1744)	Só podemos conhecer como verdadeiro aquilo que fizemos ou criámos, pelo que, a sociedade só poderia ser compreendida em função dos homens e do seu comportamento. Os vários aspetos de uma sociedade formam um todo coerente, em que todas as partes estão relacionadas entre si.
Iluminismo	Immanuel Kant (1724-1778)	O empirismo e o racionalismo complementam-se. O conhecimento provém de uma síntese de experiências e dos conceitos. Todo o conhecimento comporta uma dupla relação entre objeto (representação) e sujeito (consciência). A lógica, enquanto ciência racional, assenta na objetividade do pensamento e não na subjetividade empírica do entendimento. A verdade é inseparável de qualquer perfeição lógica do conhecimento, com base em três princípios universais da verdade: princípio da contradição e de identidade (os juízos problemáticos), princípio da razão suficiente (os juízos assertóricos) e princípio do terceiro excluído (os juízos apodícticos), sendo que, “ <i>a opinião é um juízo problemático, a crença um juízo assertivo e o saber um juízo apodíctico</i> ”. Considera que “ <i>o lugar da lógica no conhecimento é importante, mas não é suficiente</i> ”, pois há que não confundir o <i>subjetivo</i> com o <i>objetivo</i> (o que pode levar ao erro na sua relação com a verdade).
Idealismo	Friedrich Hegel (1770-1831)	Tudo o que existe pode ser conhecido e está interligado. “ <i>O real é racional e o racional é real.</i> ” Processo da dialética: tese (posição para iniciar a argumentação), antítese (afirmação contraditória) e síntese (oposição entre ambas), levando a um processo continuado e <i>ad infinitum</i> até se atingir a verdade absoluta.
Positivismo	Augusto Comte (1798-1857)	Estudo das ligações entre os factos observáveis, assente nos seguintes fundamentos: a) na natureza existem leis que podem ser conhecidas; b) na natureza não se podem conhecer as causas das coisas; c) as proposições que não podem ser reduzidas a afirmações factuais simples, especiais ou gerais, não têm um sentido real ou inteligível; d) só é possível conhecer as relações entre factos e a causa principal da mudança social pelo desenvolvimento intelectual.
Realismo	Jean Piaget (1896-1980)	A tendência natural para a intuição, a maior simplicidade das operações dedutivas e o facto de a experimentação pressupor uma ação sobre o real, tem levado a um atraso na experimentação em relação à dedução em especial nas ciências humanas, como causa principal da dialética entre sujeito e objeto. Aos problemas decorrentes do método, na experimentação,

		na medida e entre os dados de experiências e os esquemas teóricos junta-se a posição filosófica ou ideológica do investigador (cientista), limitando o conhecimento objetivo dos factos humanos. Condena os raciocínios dedutivos em proveito da dialética do sujeito e do objeto no interior do esquema experimental.
	Edgar Morin (1921-)	Saber pensar não é apenas aplicar a lógica e a verificação aos dados da experiência. Saber pensar significa indissociavelmente saber pensar o seu pensamento (pensar por si e com método, submetendo o pensamento à reflexão permanente, pois a teoria científica é biodegradável). A verdadeira racionalidade (em contraponto com a racionalização) leva à necessidade de verificar a informação, à necessidade de dar lugar à desordem (reflexão sobre os princípios organizadores da teoria) e à necessidade de coerência lógica como meio de investigação (como instrumento de aplicação sobre o universo e não como prova ontológica da verdade). Proporciona uma síntese dos problemas do conhecimento ao introduzir fortemente a relatividade nas relações entre a razão e a experiência, onde se vê uma dialética complexa de interconexões. Não devemos fechar-nos à experiência e é desejável que nos convençamos da biodegradabilidade da verdade.
Pragmatismo	Charles S. Peirce (1839-1914)	Estabelecimento de uma relação entre pensamento e a ação, entre a conceção que os efeitos (práticos) pudessem ter sobre os objetos (a nossa conceção desses efeitos é a nossa conceção global desse objeto).
	William James (1842-1910)	As ideias só são verdadeiras na medida em que nos ajudam a entrar numa relação satisfatória com outras partes da nossa experiência. Os pensamentos são apenas instrumentos que nos ajudam a fazer coisas e a verdade traduz aquilo que, em termos práticos, nos é útil.
Filosofia analítica	Gottlob Frege (1848-1925)	Rejeita a epistemologia como ponto de partida da filosofia, considerando que as matemáticas não constituíam uma entidade mística e independente, mas apenas uma projeção da capacidade de pensar claramente.
Positivismo lógico	Karl Popper (1902-1997)	Fundador do método hipotético-dedutivo, assente no princípio da falsificação da teoria (princípio da falseabilidade) com base nos seguintes pressupostos: a) uma proposição só tem sentido se se puder demonstrar que é verdadeira ou falsa; b) a verdade pode assumir formas lógicas e factuais; c) as verdades factuais só podem ser demonstradas através da experiência (verificação). A argumentação de Popper assenta no indeterminismo científico com base em cinco argumentos: o indeterminismo; o conhecimento científico é essencialmente incompleto; a assimetria entre o passado (imutável) e o futuro (em aberto); a impossibilidade de auto-previsão (impossível a quem faz previsões

		prever os resultados dessas previsões no futuro) e a possibilidade de racionalismo humano (a natureza imperfeita do nosso conhecimento permite quer a racionalidade quer a liberdade). Uma teoria é científica desde que exista, à partida, uma observação que a possa falsificar e não científica se a comunidade que a propõe se recusar a apontar essa possibilidade de falsificação (a separação entre o conhecimento científico do conhecimento do senso comum). Não existe qualquer processo de descoberta, nem a descoberta científica tem qualquer lógica, pelo que se deve correr o risco de formulação de hipóteses que possam ser sucessivamente anuladas (refutadas) através de experiências.
	Imre Lakatos (1922-1974)	Assentando a sua teoria naquilo que designou como <i>falsificacionismo metodológico sofisticado</i>, propõe que o estudo da ciência assente em programas de investigação científicos, cujas teorias predizem factos novos, argumentando que uma teoria falsificada não deve ser imediatamente abandonada, sob pena de se estar a destruir precocemente programas de investigação (propõe que a distinção se faça entre programas de investigação científicos e programas pseudocientíficos ou degenerativos). Nenhum resultado experimental pode, por si só, eliminar uma teoria, pelo que as anomalias podem ser contornadas por hipóteses auxiliares ou reinterpretção dos termos teóricos.
	Thomas Kuhn (1922-1996)	Introduz o conceito de paradigma, como conceção geral para explicar uma disciplina, onde a subjetividade do processo científico se deve à impossibilidade de se estabelecerem regras objetivas para a seleção de uma teoria. O cientista trabalha através de um quadro teórico (o paradigma) que possibilita a construção de determinados procedimentos de observação e experimentação, levando a que a investigação se passe a desenvolver de acordo com o paradigma prevalecente (a etapa da pré-ciência é substituída por um período de ciência normal). O paradigma deve ser a base para a organização e análise de dados de uma pesquisa. A insuficiência dos modelos explicativos ou resultados diferentes do esperado provocam rutura ou revolução num determinado paradigma. Contudo, o abandono desse paradigma só deve acontecer quando se verificar um nível intolerável de anomalias.

Fonte: Elaboração própria a partir de Carvalho (2009); Coutinho (2009), Deshaies (1997) e Silvestre e Araújo (2012)

Como refere Tomayo (1998, referido em Carvalho, 2009), todos os manuais sobre o método científico são coincidentes em três aspetos principais. Por um lado, só existe um método científico. Por outro lado, as leis científicas são universais e, por último, a

observação, experimentação e análise matemática são deveras importantes para a prossecução da investigação.

5.3. A multidisciplinaridade do turismo

O turismo tem sido objeto, em particular nos últimos anos, de grandes desenvolvimentos teóricos quanto à sua potencial fragmentação, integração de teorias ou de filosofias de várias áreas disciplinares. Algo que Echtner e Jamal (1997) caracterizaram como o “*dilema disciplinar*” dos estudos em turismo e Joviciv (1998) reforçou como “*turismology*” (ou turismologia) realçando a fusão das diferentes disciplinas e o fenómeno agregador que é o turismo (de acordo com Cunha & Abrantes (2013) o termo “*turismologia*” foi utilizado inicialmente por Sessa, em 1984, como um dos domínios de aplicação da ciência dos sistemas turísticos).

No entanto, a temática está longe de reunir consensos, como refere Cunha (2013), na medida em que as opiniões dividem-se e as correntes são opostas: “*uma, que perspetiva o estudo do turismo como uma disciplina distinta e, outra, para quem o turismo não é uma disciplina mas área de especialização no seio das disciplinas existentes ou um campo de estudos*”. De acordo com Dias (2005), citado em Salgado e Costa (2011), é necessário criar um consenso na comunidade científica em relação aos critérios epistemológicos. Até porque, como referido, uma ciência independente não nasce por auto-proclamação.

Jafari (2005) realça o papel que o mundo académico tem tido na contribuição para a interdisciplinaridade do turismo e para a sua afirmação como disciplina científica, naquilo que definiu como a “*scientification of tourism*”. Jafari e Ritchie (1981) identificaram cinco áreas principais de investigação em turismo (economia, sociologia, psicologia, geografia e antropologia), sendo que, Jafari e Aaser (1988) encontraram 15 matérias principais em 157 dissertações de doutoramento relativas a turismo. Em Portugal, Salgado e Costa (2011) concluíram igualmente quanto à maturidade da investigação levada a cabo em turismo e o campo de conhecimento em muitas instituições nacionais, levando a que o turismo possa ser validado e classificado como uma ciência e uma disciplina (p. 155).

Song (2014) advoga, em todo o caso, que é necessário um maior desenvolvimento multidisciplinar antes de o turismo ser considerado uma disciplina independente. Como

refere, o estudo do turismo abrange uma complexidade de disciplinas em rede muito elevada – interdisciplinaridade – e um forte envolvimento multidisciplinar. Pernecky (2010) considera que o estudo do turismo pode ser percebido como o resultado de orientações disciplinares, assente em orientações de carácter mais sociológico (nas representações da sociedade), num foco mais antropológico (com base nos impactos) ou de natureza mais geográfica (com base nos fenómenos espaciais).

Goeldner e Ritchie (2006; 2012), adaptando o modelo desenvolvido por Jafari (2005), consideram que existem várias abordagens no turismo: uma abordagem institucional (considerando os vários intermediários e instituições); uma abordagem ao produto (estudo dos produtos turísticos); uma abordagem histórica; uma abordagem empresarial; uma abordagem económica (sobre a importância do turismo); uma abordagem sociológica e uma abordagem geográfica.

A interdisciplinaridade das abordagens encontra-se espelhada na figura seguinte, numa relação entre as áreas de estudo do turismo e as várias disciplinas e abordagens (aquilo que, dum ponto de vista mais estratégico, Lopes (2010) definiu como “constelação”).



Fonte: Retirado de Goeldner e Ritchie (2006, p. 25)

Fig. 22. Abordagens em turismo

Veal (2006) introduz uma abordagem diferente ao considerar que a base da investigação em turismo assenta num leque diferenciado de disciplinas e paradigmas pelo inter-relacionamento entre estas, partindo de um esquema simples, interdisciplinar e conceptual e que consiste em cinco elementos principais: as pessoas (*people*), as organizações (*organisations*), os serviços/infraestruturas/atrações (*services/facilities/attractions*), a ligação entre estes três (*the linkages between these three*) e o ambiente físico no qual tudo acontece (*the physical environment within which everything takes place*).

No que respeita às disciplinas, Veal (2006) considera que estas variam de acordo com o seu principal foco de interesse, salientando a Psicologia e Psicologia Social; a Ciência Política; a História e Antropologia; a Economia (macro ou micro); a Sociologia; as Ciências Aplicadas, como planeamento, gestão e *marketing*; a Geografia e a Filosofia/Ciências Sociais sendo, como já afirmado, os estudos nas áreas de turismo um campo multidisciplinar (a sua investigação tem base num número de disciplinas) e interdisciplinar (assuntos, teorias, conceitos e métodos são comuns a mais que uma disciplina ou cujos campos de investigação não se enquadrem em qualquer outra disciplina).

Tribe (2005) interrogava-se, no início do seu artigo, se “*have we passed a turning point in tourism research?*”. Como afirmava, o ponto de viragem estava a dar-se pela organização e disseminação do turismo através de artigos, jornais, textos e conferências.

Law, Leung e Lee (2012) efetuaram um levantamento dos artigos publicados no *Journal of China Tourism Research*, entre 2005 e 2010, tendo identificado 25 áreas de investigação em turismo, com maior predominância nos estudos relacionados com comportamentos e experiências em turismo.

Para Perez *et al.* (2001) a investigação em turismo leva-nos a diferentes caminhos, aproximações e usos, dependendo do campo de atuação e das suas aplicações, sendo que proporciona informação sobre a atividade e problemática do setor em todos os níveis macro e micro; descreve situações e realidades que se encontram no setor; procede ao desenvolvimento dos mercados turísticos e das suas diferentes componentes; explica a realidade em que se desenvolve a atividade turística; fundamenta as bases de controlo, estabelecendo indicadores que permitem a intervenção dos gestores e agentes

turísticos e simula os diferentes cenários de futuro em cujo marco se hão-de tomar decisões sobre os agentes envolvidos no desenvolvimento desse mesmo setor.

Mas, tal como referem Song, Dwyer, Li e Cao (2012) “*the dynamics of tourism, as an activity and as an industry, call for continuos efforts in seeking new approaches, tools, and perpectives in order to acquire new knowledge and a greater understanding of the discipline.*”.

Também em Portugal, a investigação em turismo tem evoluído ao longo dos anos. Mesmo que inicialmente reconhecida como insuficiente (Silva, 2004, p. 13), mas em acentuado crescimento nos últimos anos (Silva, Rodrigues, Mendes & Pereira, 2010), Santos e Costa (2010) avaliaram o “*estado da arte da investigação em turismo em Portugal*”, tendo constatado o aumento de graus concedidos (doutoramento e mestrado), assim como a diversidade dos assuntos abordados sobre turismo, situação igualmente reforçada por Silva e Valle (2013) no trabalho levado a cabo sobre o perfil do investigador e as suas características de investigação e por Costa (2013) sobre a investigação em turismo levada a cabo na Revista Turismo & Desenvolvimento.

A transversalidade do turismo e do seu conhecimento tem permitido consolidar o turismo como ciência, embora, como mencionado, esta vertente de pesquisa tenha ainda enormes discussões metodológicas e epistemológicas sobre a verdadeira sistematização das áreas do conhecimento que a integram e que devem constituir a base ao modelo de estudo do turismo.

5.4. Enquadramento do procedimento do método científico

Para Coutinho (2011), “*uma investigação envolve sempre um problema, seja ele (ou não) formalmente explicitado pelo investigador*” (p. 45). De acordo com a autora, a formulação desse problema faz-se, numa fase prévia, sob a forma de uma pergunta (interrogativa) ou sob a forma de uma afirmação (objetivo geral).

Desse modo, o problema de investigação, até porque ajuda a focalizar a atenção do investigador para o fenómeno em análise, mostra-se fundamental ao: a) centrar a investigação numa área ou domínio concreto; b) organizar o projeto, dando-lhe direção e coerência; c) delimitar o estudo, mostrando as suas fronteiras; d) guiar a revisão da literatura para a questão central; e) fornecer um referencial para a redação do projeto; e, f) apontar para os dados que serão necessários obter (Coutinho, 2011, p. 45).

No presente caso, o tema em investigação incidirá sobre duas vertentes atuais, pouco exploradas, do ponto de vista científico, pelo menos de forma conjugada, onde se pretende relacionar o esperado contributo dado pelas companhias aéreas de baixo custo para a emergência e desenvolvimento de um novo modelo de alojamento. Se é certo que, as companhias aéreas de baixo custo, como já analisado, têm sido objeto de uma crescente investigação nas suas várias dimensões, o mesmo não tem acontecido com os *hostels* turísticos (enquanto fenómeno recente) e, muito menos, na conjugação das *low cost carriers* e dos *hostels*. A Figura 2, na página 5, ajuda a situar e delimitar o campo da investigação.

O interesse pela temática, as muitas pesquisas e algumas “entrevistas” exploratórias realizadas, sobre as realidades das companhias aéreas de baixo custo e o turismo jovem e seus impactos em novos modelos de alojamento, em especial nas cidades de Lisboa e Porto, permitiram constatar que algumas das situações equacionadas eram merecedoras de reflexão adicional e enquadramento na abordagem ao tema (até porque são evidentes as lacunas de informação de carácter científico, dada a atualidade do mesmo, em especial no que se refere aos *hostels*), salientando-se:

- ✓ a importância das companhias aéreas de baixo custo e o seu contributo para o turismo nos aeroportos e regiões onde operam;
- ✓ a tónica e relevância da variável preço nos clientes utilizadores das companhias aéreas de baixo custo;
- ✓ o desenvolvimento do mercado *hostel* internacionalmente e a sua procura por um mercado jovem, independentemente da maior ou menor presença de *backpackers*;
- ✓ a importância da variável preço igualmente para o alojamento em *hostel*;
- ✓ a crescente presença das companhias aéreas de baixo custo em Portugal, com especial relevância para a presença da *Ryanair* na cidade do Porto e, posteriormente, o seu alargamento a Lisboa (com o movimento contrário da *easyJet*, começando por Lisboa e alargando a sua influência ao Porto);

- ✓ os prémios obtidos pelos *hostels* nacionais internacionalmente, o seu reconhecimento internacional e o crescendo do alojamento *hostel* em Portugal, com maior eco nas cidades de Lisboa e Porto;
- ✓ a regulamentação da figura do *hostel*, como parte integrante do alojamento local;
- ✓ a rápida alteração tecnológica, dos mercados e dos comportamentos da procura, com impacto direto na relação da cadeia de valor e da relação entre cliente/fornecedor/cliente, nos modelos de comercialização e de (des)intermediação, de colaboração e de consulta e partilha de informação sobre os destinos, regiões e meios de alojamento, entre outras reflexões.

Para Moltó (2002, referido em Coutinho, 2011), a definição do problema em estudo deve ser o mais específico e objetivo possível, devendo fazer referência ao que se estuda (objeto da investigação), com quem se vai levar a cabo essa investigação (sujeitos) e como se estuda esse problema (variáveis).

Deste modo, tendo com base muitas das vertentes acima enumeradas, o propósito da investigação centra-se, como já afirmado, na potencial relação entre as companhias aéreas de baixo custo e o seu contributo para o desenvolvimento do turismo e de um novo modelo de alojamento *hostel*. Pretende igualmente perceber e aprofundar, face à escassa informação sobre o tema, quais os comportamentos do mercado *hostel* de Lisboa e do Porto, assim como, se o perfil destes mercados teve um desenvolvimento idêntico em cada uma das cidades (de modo a se indagar se as conclusões a apurar para estas cidades poderão vir a ser validadas e/ou servirem de base para outras futuras investigações sobre este tema).

Sendo recorrente à metodologia científica e aos vários autores apresentarem modelos ou soluções de procedimentos, mais ou menos esquematizados, sobre o método científico a implementar, a presente investigação irá tomar como base de trabalho, os procedimentos adotados com Quivy e Campenhoudt (2008) no seu “*Manual de investigação em Ciências Sociais*”.

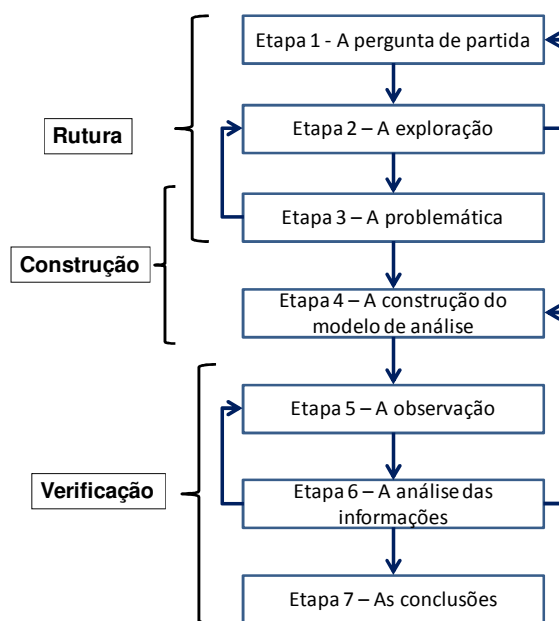
Mesmo sabendo-se, como mencionam os autores, que “*a escolha, elaboração e a organização dos processos de trabalho variam com cada investigação específica*” (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 18), não deixa de ser igualmente verdade que “*(...) um procedimento é a forma de progredir em direcção a um objectivo. Expor o*

procedimento científico consiste, portanto, em descrever os princípios fundamentais a por em prática em qualquer trabalho de investigação. Os métodos não são mais do que formalizações particulares do procedimento, percursos diferentes concebidos para estarem mais adaptados aos fenómenos ou domínios estudados.” (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 25).

Importa, no entanto, que o investigador se mantenha fiel aos princípios fundamentais do procedimento científico e que Bourdieu, Chamboredon e Passeron (1968, citados em Quivy & Campenhoudt, 2008) definiram como a “*hierarquia dos atos epistemológicos*”, assente em três atos que, não sendo independentes entre si, englobam as várias etapas do procedimento científico:

- A rutura, rompendo com os preconceitos e as falsas evidências;
- A construção de um quadro teórico de referência;
- A verificação, testada pelos factos.

O modelo assenta em sete etapas, como apresentado na figura abaixo:



Fonte: Adaptado de Quivy e Campenhoudt (2008)

Fig. 23. As sete etapas do procedimento científico

Quivy e Campenhoudt (2008) citam, igualmente, Gaston Bachelard para quem o facto científico (como parte integrante do processo científico) deve ser conquistado (sobre os preconceitos), construído (pela razão) e verificado (pelos factos).

Também Deshaies (1997) propõe, na sua obra sobre metodologia, um procedimento metodológico idêntico que parte da “*delimitação do objecto de pesquisa*”, da “*clarificação da orientação da pesquisa*”, do “*estabelecimento das hipóteses*”, do “*controlo das suposições (ou pressupostos)*”, da “*organização da documentação, destaque dos factos ou das ideias*” e, por fim, da “*apresentação dos resultados*”.

Tanto Deshaies (1997) como Quivy e Campenhoudt (2008) deixam claro que as etapas propostas não são estanques, mas sim, em interação e relação direta entre si.

Como refere Carvalho (2009), a ciência pressupõe rutura com as evidências do senso comum e a construção de um novo universo conceptual onde se estabelece um quadro de novos objetos e de novas relações entre esses mesmos objetos. Como tal, existem três condições científicas que se devem ter em atenção na formulação de uma tese: ter um campo de estudo específico, alicerçado num objeto – delimitando-se a problemática a tratar – e num objetivo – o que se pretende alcançar –; ter uma terminologia própria, traduzida na utilização de um corpo de conceitos específicos; e, utilizar-se um método científico de pesquisa que contemple a formulação do problema (questão a partir da qual a investigação será desenvolvida), as hipóteses exploratórias (pressupostos que determinarão as relações entre as variáveis que deram origem ao problema), a metodologia aplicada (desenho da investigação, método de abordagem e técnicas utilizadas), a análise dos resultados (verificar se os objetivos foram atingidos e se as hipóteses foram confirmadas ou rejeitadas), a explicitação das asserções (implicação dos resultados face às hipóteses formuladas) e o contributo da investigação para a ciência e tecnologia.

A investigação em curso, até pela exploração prévia de fontes de pesquisa sobre as temáticas em estudo e sua relação, não deixa de conjugar e evidenciar as etapas acima definidas, como se espelha ao longo da mesma e nos pontos seguintes deste capítulo.

Como apresentado na Figura 2, a delimitação da investigação incidirá sobre a problemática das companhias aéreas de baixo custo, dentro do universo alargado da aviação comercial e integrando outros modelos de negócio (como analisado no capítulo 3) e do modelo de alojamento em *hostel*, como parte integrante da figura do alojamento local e na sua relação com os estabelecimentos hoteleiros (como avaliado no capítulo 4). Do seu enquadramento mais conceptual, pretende-se a sua aplicação e validação nas cidades de Lisboa e Porto, avaliando-se qual o contributo dado por estes novos modelos

de negócio, centrados na variável preço, para o desenvolvimento do turismo nas cidades mencionadas e do mercado *hostel*, em particular.

Sendo a realidade dos *hostels* uma nova oportunidade de investigação em Portugal – não só pelo seu recente enquadramento legal, enquanto alojamento local, mas pelo seu reconhecimento internacional, traduzido em inúmero prémios ganhos por unidades nacionais – considerou-se estarem reunidas as condições que permitissem equacionar a eventual relação entre estas duas dimensões, focadas numa única variável de base: *low cost*, ou seja, preço.

No tocante às variáveis, e independentemente das classificações e tipologias propostas por diferentes autores (dicotomia entre variáveis quantitativas e qualitativas e suas relações de medida e os questionários apresentados nas Tabelas 13 a 16, entre as páginas 218 a 221) importa salientar a sua importância da distinção entre variáveis independentes e dependentes e o seu contributo para a presente investigação.

De acordo com Bailey (1985), citado em Dias (2009) “*uma variável é um conceito, geralmente medível, quantificável, com dois ou mais valores ou categorias que podem variar no tempo, em oposição a uma constante, cujo valor é fixo e invariável*” (p. 59). Trata-se, como referido por Dias (2009) de um processo que consiste em operacionalizar um conceito que seja definido.

Dias (2009) considera variável independente a variável causal (variável que prepara e orienta todo o processo, agindo e causando mudanças na variável dependente), variável dependente a variável a explicar (variável que sofre influência, o efeito da ação da variável independente) e, também, as variáveis intervenientes, ou seja, as variáveis que agem sobre as variáveis independentes e dependentes, não controladas e, muitas vezes, atuadas por opção do investigador (pp. 65-66)³².

Em termos mais operacionais, e olhando-se para a investigação em si e a relação de partida (Fig. 1) teremos as companhias aéreas de baixo custo enquanto variável independente, que irá ter ação direta sobre os *hostels* e o turismo (variáveis

³² E que Coutinho (2011) define como variável estranha ou, neste último caso, quando tida em conta pelo investigador, como variável controlo (p. 69).

dependentes), sendo que o turismo jovem, pela importância para o alojamento em *hostels*, atuará como uma variável interveniente.

A construção da matriz de dados (segundo Dias, 2009, “*para cada variável serão considerados os diversos valores, os quais dependerão da natureza do objeto observado e do grau de diferenciação da estrutura conceptual*”), com base nos resultados obtidos nos inquéritos realizados, tem em consideração as diferentes relações entre dados e as diferentes escalas de variáveis (nominal, ordinal, de intervalo e de relação, embora, neste último caso, sem aplicação direta).

A nomenclatura das variáveis não é tema fechado, dado que cada autor tende a redenomina-las em diferentes classificações, categorias, definições e propósitos.

A qualificação das variáveis qualitativas e quantitativas tem, igualmente, inerente a fundamentação teórica e o tipo de abordagem e investigação que lhe está subjacente. De acordo com Coutinho (2011) a perspetiva quantitativa centra-se na análise de factos e fenómenos observáveis e na medição/avaliação de variáveis passíveis de serem medidas, comparadas e/ou relacionadas, alicerçando-se num modelo hipotético-dedutivo. Por seu lado, a perspetiva qualitativa, mais difícil de enquadrar e definir, descreve fenómenos, ou seja, “*trata-se de investigar ideias, de descobrir significados nas acções individuais e nas interacções sociais a partir da perspectiva dos actores intervenientes no processo.*” (p. 26), assente num modelo indutivo.

Mas como refere Appolinário (2008), citado em Silva (2009), “*(...) é muito difícil que haja alguma pesquisa totalmente qualitativa, da mesma forma que é altamente improvável, existir alguma pesquisa completamente quantitativa.*”. Silva (2009) evidencia a dicotomia entre autores apologistas de uma maior integração metodológica (casos referidos de Benz (1998), Brannen (1992), Pardal *et al.*, (1995), Steckler *et al.* (1992) e Verhoef (1997)) e aqueles que consideram uma separação muito objetiva entre estas duas naturezas de pesquisa (casos de Flick (2004) e Oliveira (1997)) (pp. 165-166). Também Coutinho (2011) espelha a tendência atual de integração metodológica, ao nível do “*enfoque quantitativo e qualitativo*”, com a profiliação de planos multi/pluri-metodológicos, combinando métodos quantitativos e qualitativos (p. 34), sendo que “*(...) as duas abordagens se complementam no processo global da investigação social, contribuindo cada uma a seu modo para a construção e consolidação de teorias e consequente progresso do conhecimento.*” (p. 33).

Deste modo, como defendido por Anguera (1985), citado em Coutinho (2011) *“Um investigador não tem de aderir cegamente a um dos paradigmas, podendo eleger livremente uma relação de atributos que, indistintivamente, provenham de um ou de outro, se assim se conseguir uma adaptação flexível à problemática.”*.

Assim sendo, independentemente das duas abordagens de pesquisa, importa perceber a relação existente entre as diferentes variáveis e a sua ligação à problemática definida, de modo a perspetivar um quadro conceptual que permita perceber os fenómenos em estudo.

Do ponto de vista do desenvolvimento da teoria, a presente investigação centra-se em “pesquisas descritivas”, embora assumindo igualmente “natureza exploratória”. De acordo com Gil (1989), citado em Dias (2009), as pesquisas exploratórias têm como objetivo adquirir familiaridade com o fenómeno. Este tipo de pesquisa é realizado quando o tema escolhido é pouco (ou nada) explorado, o que torna difícil formular hipóteses precisas. Por outro lado, como refere Dias (2009), *“os objectivos deste tipo de investigação têm como base a necessidade de se fazer uma ampla e cuidada recolha de informação baseada no maior conjunto de variáveis possível. Portanto, a preocupação será individualizar o maior número de características do fenómeno.”* (p. 78).

Por seu lado, as pesquisas descritivas, sempre de acordo com a autora, pressupõem conhecimentos precedentes do problema a investigar – existência de uma teoria –, em contraste com as pesquisas exploratórias.

Deste modo, ao se avaliar, com profundidade, a relação e a importância das companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo e dos *hostels*, através de fontes de informação científicas e/ou com importância científica, dá-se maior foco aos aspetos descritivos da investigação (mesmo que não suportados em uma teoria, mas validados em inúmeros estudos – em diferentes países e regiões – sobre a problemática das *low cost carriers*). Por outro lado, as maiores dificuldades na recolha de dados estatísticos e científicos, que suportem a relação entre transporte aéreo e turismo e entre companhias aéreas de baixo custo e *hostels*, obrigando a cogitações e explicações menos sustentadas em fontes secundárias relevantes, assume características mais exploratórias.

Tendo em consideração que, de acordo com Quivy e Campenhoudt (2008, p. 44), a pergunta de partida deve sempre apresentar qualidades de:

- ✓ Clareza (ser precisa, concisa e inequívoca);
- ✓ Exequibilidade (ser realista);
- ✓ Pertinência (ser uma verdadeira pergunta, abordar o estudo do que existe e ter a intenção de compreensão dos fenómenos estudados),

e que, como ponto de partida do objeto em estudo se pretende efetivamente relacionar, numa primeira abordagem, os modelos de transporte aéreo e de alojamento de baixo custo, parece pertinente tecer a seguinte pergunta de partida:

As companhias aéreas de baixo custo contribuíram para o desenvolvimento dos *hostels*?

Esta questão enquadra-se, com elevada adequação, naquilo que Danhke (1986, citado em Sampieri, Collado & Lucio, 2006) definiu como critérios de base à geração de ideias para investigação, destacando, por um lado, que as boas ideias devem ser intrigantes, atraentes e estimulantes para o investigador, do mesmo modo que “*as boas ideias de pesquisa não são necessariamente novas, mas sim inovadoras*” (p. 27). Por outro lado, considera igualmente que as boas ideias de pesquisa podem servir para elaborar teorias e soluções de problemas, ou seja, podem ser o ponto de partida para outros estudos ou para ajudar a formular novas propostas de investigação.

Na realidade, formular o problema, como transcrito em Sampieri *et al.* (2006) não é nada mais que aperfeiçoar e estruturar, de modo mais formal, a ideia da pesquisa.

Deste modo, partindo da variável independente companhias aéreas de baixo custo vai-se indagar sobre os seus impactos diretos no desenvolvimento do turismo, em particular ao nível do modelo de alojamento *hostel*, tentando-se relacionar estas três variáveis – companhias aéreas de baixo custo – turismo – *hostels*. A relação entre as companhias aéreas de baixo custo e os *hostels* dá-se pela importância do fator custo (preço) entre ambas, conforme atestado em muitos dos trabalhos científicos internacionais e, em menor escala, nacionais. A pesquisa levada a efeito, permitiu igualmente relacionar o tipo de cliente utilizador dos *hostels* (e na génese do conceito, nas *youth hostels*) muito

assente no turismo jovem. A relação destes conceitos, conforme o trabalho de pesquisa efetuado ao longo dos capítulos 3 e 4 (e, num caso mais particular, nas cidades de Lisboa e Porto, no capítulo 7), criam as condições para, como definido por Quivy e Campenhoudt (2008), formular as hipóteses de investigação, sua articulação lógica entre si, servindo de base ao modelo de investigação, enquanto conjunto agregado e coeso de conceitos e hipóteses devidamente articuladas entre si.

A problemática de investigação, de acordo com Quivy e Campenhoudt (2008), salienta *“a abordagem ou a perspectiva teórica que decidimos adoptar para tratarmos o problema formulado pela pergunta de partida”* (p. 89). Silvestre e Silvestre (2012) consideram que se pode ter um problema de pesquisa e não se ter uma problemática, sobretudo quando ainda não foram realizados estudos sobre determinado tópico (p. 60).

Eco (1997), por sua vez, advoga que uma pesquisa é científica quando responde aos requisitos de:

- ✓ Debruçar-se sobre um objetivo reconhecível e definido, de tal modo que seja igualmente reconhecível pelos outros;
- ✓ Dever dizer sobre o objeto coisas que não tenham já sido ditas ou rever com uma ótica diferente coisas que já foram ditas;
- ✓ Dever ser útil aos outros, acrescentando alguma coisa aquilo que a comunidade já sabia; e,
- ✓ Dever fornecer os elementos para a confirmação e para a rejeição das hipóteses que apresenta e, portanto, dever fornecer os elementos para uma possível continuação pública.

Mas como propõem Quivy e Campenhoudt (2008), entre as fases da constituição da problemática (onde se dá a rutura) e da experimentação (ou verificação) surge a fase da conceção de um modelo de análise capaz de operacionalizar toda a vertente e envolvente teórica da investigação.

Como referem esses autores e já espelhado anteriormente, as relações devem ser formuladas sob a forma de hipóteses de investigação, articuladas logicamente entre si e testadas posteriormente na fase de experimentação (ou avaliação).

Embora seja objeto de apresentação mais aprofundada em ponto(s) posterior(es), as relações entre as companhias aéreas de baixo custo e os *hostels*, traduzidas na sua aplicação mais prática às realidades de Lisboa e Porto, assentam no impacto que essas companhias têm tido para o desenvolvimento do turismo, dos aeroportos onde se instalam e da região circundante onde operam (como fundamentado pelos diferentes autores apresentados na Tabela 6 do capítulo 3). Muito desse crescimento tem sido feito pela variável preço, mais uma vez com fundamentação científica, através da atratividade gerada na captação de tráfego adicional e de transferência das companhias aéreas tradicionais. Como tal, estando os *hostels* igualmente conotados com clientes mais sensíveis a esta variável (apesar das maiores limitações em trabalhos de natureza científica), a relação principal entre essas duas realidades assenta nessa vertente.

Estando o foco do projeto de investigação, como mencionado, apoiado nas dinâmicas de turismo (na sua vertente de alojamento local, em particular, nos *hostels*) e de transporte aéreo (no âmbito do transporte aéreo regular de baixo custo), circunscrito às cidades de Lisboa e Porto – onde este fenómeno tem evoluído e começa a ter condições para ser investigado com maior robustez e rigor científico, seja pela dimensão do mercado que continua em crescimento acentuado, seja pela sua diversidade infraestrutural e pela localização dos diferentes *hostels* – o presente trabalho de investigação, responde cabalmente aos quesitos de pesquisa científica enumerados por Eco e restantes autores. Acresce a esse contexto, o carácter inovador da temática em questão, na relação direta entre companhias aéreas de baixo custo e *hostels*, o que permitirá contribuir e aprofundar alguns aspetos importantes no relacionamento direto entre estas realidades.

Assim sendo, tendo como base de partida as informações consideradas relevantes à investigação em apreço, com especial relevância para:

- a) O aumento da importância das companhias aéreas de baixo custo no contexto da aviação comercial regular;
- b) O aumento da sua importância para as cidades de Lisboa e Porto, em particular a partir da abertura das novas bases operacionais da *Ryanair* (no Porto) e *easyJet* (em Lisboa)³³;

³³ Como já focado, aquando do trabalho de campo e da sistematização da investigação, as bases operacionais da *easyJet* no Porto ou da *Ryanair* em Lisboa ainda não existiam. Aliás, a potencial criação de uma base operacional em Lisboa (na altura) fazia parte do questionário da investigação.

- c) O aumento crescente da oferta de *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto;
- d) O aumento do turismo para estas cidades, eventualmente fruto do desenvolvimento dessas companhias aéreas de baixo custo para as cidades de Lisboa e Porto,

foi fundamental a exploração da temática de acordo com três níveis de relevância e variantes de investigação:

1. Num âmbito socioeconómico onde, acima de tudo, se visou estudar e enquadrar esta nova tendência *low cost*, muito assente no pioneirismo das companhias aéreas de baixo custo, mas evoluindo para outros tipos de negócio (em especial, no que ao turismo diz respeito), como seja o alojamento *low cost*, e perceber as motivações e as razões daí decorrentes (ao nível dos impactos decorrentes da crise na atual classe média);
2. Num âmbito legal, em função dos processos de liberalização do transporte aéreo quer nos Estados Unidos da América quer na Europa. Antes destes processos acontecerem, as companhias mais proeminentes – casos da *Southwest* nos E.U.A. e da *Ryanair* na Europa – atuavam apenas em operações de natureza local, sem expressão na rede de exploração dessas companhias aéreas.

Do mesmo modo, com as alterações decorrentes do Decreto-Lei n.º 39/2008 de 7 de março, que veio estabelecer o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos e a inclusão, no art. 3º, do figurino legal do alojamento local, veio permitir, a partir dessa data, um crescimento exponencial deste tipo de alojamento em Portugal, culminando com a autonomização do regime de alojamento local em legislação própria, consignada no Decreto-Lei n.º 128/2014 de 29 de agosto.

3. Num âmbito de negócio pretendeu-se, acima de tudo, caracterizar a atividade das companhias aéreas de baixo custo (*low cost carriers*) e as suas principais características diferenciadoras das companhias aéreas tradicionais (*full service carriers*) e das companhias aéreas não regulares (companhias *charters*) e a interação existente entre os vários modelos de negócio.

Também aqui se pretendeu igualmente caracterizar, embora de forma mais sucinta, o atual modelo de alojamento local e as suas principais diferenças com o modelo de alojamento tradicional na hotelaria nacional.

Deste modo, o objetivo principal desta investigação, conjuga as razões que levaram ao aparecimento de um novo modelo de alojamento (*hostels*) e se a sua proliferação se deve à regulamentação desta atividade e/ou ao desenvolvimento do tráfego das companhias aéreas de baixo custo para as cidades de Lisboa e Porto.

Assim sendo, o primeiro grande passo na caracterização da investigação passará pela avaliação das razões que estarão na base desse crescimento da oferta, sejam elas, de natureza socioeconómica, legal, estratégica ou mesmo comercial e qual o contributo dado pelas companhias aéreas de baixo custo.

Um segundo passo inerente ao objetivo acima descrito, prende-se com a avaliação do crescimento do tráfego e da importância das companhias aéreas de baixo custo para as cidades de Lisboa e do Porto e avaliar se esse comportamento terá sido decisivo para o crescimento de um turismo mais assente neste padrão de alojamento e mais focado em um turismo de preço baixo.

Essa situação irá igualmente permitir perceber se o aparecimento das companhias aéreas de baixo custo têm vindo a contribuir para o crescimento do turismo nessas cidades, independentemente do modelo de alojamento utilizado, assim como, qual tem sido o impacto direto nas companhias aéreas tradicionais de/para essas cidades.

Pelos impactos esperados, pretende-se igualmente avaliar se as companhias aéreas de baixo custo têm trazido para a hotelaria tradicional um crescendo de dormidas, ao mesmo tempo que se tentará investigar quais os reflexos que, ao nível concorrencial, os novos modelos de alojamento local, em especial ao nível dos *hostels*, têm tido nesses meios tradicionais de alojamento.

5.5. Hipóteses de Investigação

5.5.1. Enquadramento conceptual e formulação das hipóteses

Sendo uma hipótese “*uma proposição provisória, uma pressuposição que deve ser verificada*” (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 136), esta apresenta-se como a antecipação de uma relação entre dois conceitos, como uma resposta provisória à

pergunta de partida da investigação, ou, como descreve Sampieri *et al.* (2006), as hipóteses indicam o que estamos a procurar ou o que queremos provar, definindo-se como tentativas de explicação do fenómeno pesquisado, formuladas como preposições (p. 118).

Como referido igualmente por Deshaies (1997), a hipótese é um “*modo de raciocínio que parte de um pressuposto, de uma afirmação ou de proposição que deverá posteriormente ser confirmada ou infirmada*” (p. 247), onde o investigador é levado a encontrar soluções possíveis ou prováveis, mas verificáveis. Como destaca Carvalho (2009), “*o enunciado das hipóteses é a fase do método de investigação que vem depois da formulação do problema (...) uma vez que (...) toda a pesquisa científica consiste em enunciar e verificar hipóteses.*” (p. 124).

No entanto, como defendido por Coutinho (2011), o papel da hipótese, até porque sendo uma previsão de explicação de um fenómeno expresso no problema a investigar, depende da perspetiva ou paradigma em que se insere a investigação propriamente dita. Para Carvalho (2009), os problemas e as hipóteses são semelhantes ao enunciarem relações, mas, enquanto os problemas são interrogativos, as hipóteses são uma afirmação, enquanto tentativa de resposta ao problema proposto, ou seja, “*uma tentativa de explicar o que se desconhece.*” (p. 125).

Deste modo, tal como para Coutinho (2011) e Quivy e Campenhoudt (2008), entre outros autores, podemos encontrar duas perspetivas (ou paradigmas) para a construção de modelos (hipóteses), através do:

- método hipotético-indutivo, assente em conceitos operatórios, hipóteses induzidas ou empíricas, onde a construção do modelo parte da observação e, a partir do qual, se constroem novos conceitos, novas hipóteses. Neste caso, testa-se a teoria que está por detrás dessas hipóteses e que lhe dão sustentabilidade;
- o método hipotético-dedutivo, assente em conceitos sistémicos, hipóteses teóricas ou deduzidas, onde a construção do modelo parte de um postulado como modelo de interpretação do fenómeno estudado, o que gera, através de um trabalho lógico, hipóteses, conceitos e indicadores para os quais se terão de procurar correspondentes no real.

Aquilo que Deshaies (1997) define como corrente racionalista, assente no método de pensamento hipotético-dedutivo e em quatro momentos chave: hipótese, experiência, observação e consequência. Trata-se de saber se as consequências observadas são ou não as que foram previstas ou se se obteve os resultados esperados no início da experiência. Daí a importância da verificação ou da elaboração de testes adequados a fim de confirmar ou de infirmar a hipótese.

Tanto a inferência como a hipótese devem ser submetidas ou à observação ou à experimentação. O método científico exige este duplo movimento. Quer se trate da lógica da inferência ou da lógica da dedução, o processo de objetivação é inevitável (Deshaies, 1997, p. 266). A hipótese deriva, assim, ou da observação (caso da hipótese indutiva) ou de uma teoria capaz de estabelecer previsões (caso da hipótese dedutiva), devendo ser formulada antes do início da pesquisa. Aliás, como defendido por Carvalho (2009), *“uma hipótese que não tenha nenhuma implicação verificável, não pode ser sustentada nem refutada (carece de conteúdo empírico), não pode ser usada cientificamente”* (p. 13). Deve, como tal, admitir enunciados contrários que sejam suscetíveis de verificação. Tal como defendido por Popper (1977, citado em Carvalho, 2009), nenhuma hipótese, proposição ou teorias empíricas podem ser consideradas científicas, se nenhuma observação puder ser feita que as possa contradizer.

Quivy e Campenhoudt (2008) definem, no entanto, que qualquer modelo comporta elementos de estruturação dedutiva mas também de natureza indutiva. *“Em muitas investigações observa-se um jogo fecundo entre um e outro, que assegura ao mesmo tempo o recuo de uma construção e a pertinência dessa construção relativamente ao objecto.”* (p. 144).

Sampieri *et al.* (2006) deixam claro que nem todas as pesquisas suscitam a formulação de hipóteses, dependendo do objeto e do tipo de estudo. No entanto, *“existe uma relação muito estreita entre a proposição do problema, a revisão da literatura e a hipótese”* (p. 121). Aquilo que Quivy e Campenhoudt (2008) traduziram em problemática, modelo, conceitos e hipóteses quanto à sua indissociabilidade, sendo que o modelo corresponde ao sistema de hipóteses articuladas logicamente entre si, para, em conjunto, poderem formar um quadro de análise coerente e unificado (p. 138).

A hipótese exerce a sua função heurística (o papel que a hipótese desempenha na pesquisa), na medida em que:

1. Garante à pesquisa uma orientação previamente escolhida (melhor seleção de factos, dados e do campo dos acontecimentos);
2. A hipótese propõe uma tentativa de explicação respeitante às relações que se poderiam estabelecer entre os factos, as variáveis e os conceitos;
3. A hipótese fornece um plano, bem como indicações precisas quanto à maneira de conduzir a exploração (escolher melhor o terreno, o método, as técnicas e os instrumentos a perspetivar para a realização da exploração); e,
4. A hipótese deve possibilitar a sua verificação sistemática e satisfazer as exigências atuais da ciência.

Lakatos e Marconi (1991, citados em Carvalho, 2009) definiram onze características ou critérios para a validade das hipóteses (consistência lógica, verificabilidade, simplicidade, relevância, apoio teórico, especificidade, plausibilidade, clareza, profundidade, fertilidade e originalidade).

É ainda necessário o cumprimento de outros critérios para que a hipótese possa ser validada e utilizável (de maneira operacional):

- assegurar-se das possibilidades de conseguir resolver o problema que definiu;
- formular questões para as quais se procuram respostas (quando são colocadas questões o espírito deve ousar construir suposições, ou seja, explicações sugeridas que serão ulteriormente submetidas à crítica);
- assegurar que são verificáveis (a hipótese deve permitir observações precisas);
- controlar as conclusões às quais se pretende chegar;
- progredir a partir de uma exploração prévia (exploração-piloto que permitirá verificar a natureza e o alcance de uma hipótese, bem como as possibilidades de recolha de dados úteis ou de um conjunto de trabalhos convergentes, em torno de uma ideia precisa capaz de orientar a seleção das fontes ou do objeto particular da investigação científica); e,
- prestar uma atenção particular, tanto à utilização como à elaboração de utensílios conceptuais ou materiais, tendo em vista a exploração ou a experimentação.

Tomou-se como base de partida as informações e os objetivos preconizados para a presente investigação, sobre:

- a) O aumento da importância das companhias aéreas de baixo custo no contexto da aviação comercial regular, decorrentes dos processos de liberalização do transporte aéreo nos Estados Unidos da América e na Europa (Abda *et al.*, 2011; Almeida & Costa, 2012; Barrett, 1997; Dobruszkes, 2009; Doganis, 2010; Forsyth, 2006, citado em Castillo-Manzano *et al.*, 2011; ICAO, 2003; Ito & Lee, 2003; Olipra, 2012; Renga *et al.*, 2010; TRB, 1991, citado em Lian & Denstadli, 2010);
- b) O contributo das companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo e dos *hostels* (Aguiló *et al.*, 2007; Alderighi & Cento, 2007; ASM, 2012a; Baum, 2004; Bel, 2009; Castillo-Manzano *et al.*, 2011; Clavé *et al.*, 2015; Donzelli, 2010; ELFAA, 2004; Graham & Dennis, 2010; Miosic *et al.*, 2012; Pulina & Cortés-Jiménez, 2010; Rebollo & Baidal, 2009; Rey *et al.*, 2011; Siciliano & Vismara, 2007);
- c) O turismo jovem e a sua eventual preferência por modelos de alojamento mais económicos (Dubin, 2003; Easton & Koo, 2007; Firth & Hing, 1999; Graham & Dennis, 2010; Hetch & Martin, 2006; Lee, 2013; Mancini, 2005, citado em Saraiva, 2013; Martinez-Garcia & Royo-Vela, 2010; Moisa, 2010b; Nash *et al.*, 2006; O'Connell & Williams, 2005; Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013);
- d) O aumento das companhias aéreas de baixo custo e sua importância para as cidades de Lisboa e Porto, em particular após a abertura das bases operacionais da *Ryanair* e *easyJet* (Abrantes, 2013; Abrantes, 2014a; Barbot, 2012; Campilho, 2014; Carballo-Cruz & Costa, 2014; Costa *et al.*, 2012; Lourenço, 2008);
- e) O aumento da oferta de *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto e o enquadramento da nova legislação de alojamento local, permitindo perspetivar que esse crescimento dos *hostels* possa derivar desse novo enquadramento legal e/ou da existência de companhias aéreas de baixo custo e/ou do crescimento do turismo *per se* para as cidades de Lisboa e Porto (Abrantes, 2013; Gameiro, 2013; Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013; Ribeiro, 2014; Saraiva, 2013);

- f) A avaliação dos impactos das companhias aéreas *low cost* na hotelaria tradicional de Lisboa e Porto, assim como, dos novos modelos de alojamento local na competitividade hoteleira e concorrência nas cidades mencionadas.

Há medida que afunilamos a investigação para a realidade nacional constata-se maiores dificuldades na obtenção de informação, sendo que, a existente é muito recente, fruto da jovialidade do próprio tema.

Considera-se importante que as perspetivas e reflexões supra, ainda que em alguns autores de forma indireta, permitam, mesmo assim, responder às seguintes hipóteses de investigação.

- Hipótese 1 - As companhias aéreas de baixo custo vieram contribuir para o desenvolvimento do turismo;
- Hipótese 2 - As companhias aéreas de baixo custo vieram contribuir para o aparecimento e crescimento dos *hostels*;
- Hipótese 3 – Os clientes dos *hostels* preferem voar nas companhias aéreas de baixo custo;
- Hipótese 4 – O turismo jovem é essencial para os *hostels*;
- Hipótese 5 - Os *hostels* não são uma ameaça para a hotelaria;
- Hipótese 6 - As cidades de Lisboa e Porto tiveram comportamentos idênticos no mercado dos *hostels* e das companhias aéreas de baixo custo.

As hipóteses supra refletem, na sua plenitude, as principais características apontadas por Deshaies (1997), nomeadamente quanto a:

- ✓ os conceitos deverem permitir uma qualquer forma de verificação (seja por procedimento de exploração qualitativa específica, seja por técnicas de exploração);
- ✓ os conceitos deverem empregar factos reais;
- ✓ os conceitos deverem possibilitar a utilização de métodos de medida (capazes de delimitar as variáveis e de as relacionar entre si);
- ✓ os conceitos deverem ser destituídos de ambiguidade e apoiar-se, se necessário, em definições operacionais; e,

- ✓ os conceitos deverem ser criticáveis e submetidos a modos de avaliação (passíveis de permitir uma reformulação do enunciado, em conformidade com as observações acumuladas e a natureza real do problema a resolver e dos objetivos previstos ou seguidos) (p. 175).

Em resumo e no seu conjunto, como defendido por Deshaies (1997) “*o enunciado da hipótese deve ser formulado de modo a que o leitor possa acompanhar o raciocínio do investigador*”.

No ponto anterior foram caracterizadas, de forma introdutória, as variáveis qualitativas e quantitativas, assim como os modelos que estão subjacentes a cada uma das suas naturezas: o modelo hipotético-dedutivo e o modelo indutivo. Também Hill e Hill (2005) reafirmam a importância da abordagem dos processos indutivos e dedutivos. Carvalho (2009) considera três métodos de abordagem utilizados na investigação:

Tabela 9
Abordagens da investigação

Dedutivo	Procura transformar enunciados complexos e universais em particulares, em uma ou várias premissas. Parte das teorias e leis para predizer a ocorrência de fenómenos particulares.
Indutivo	Aproximação dos fenómenos caminhando para planos cada vez mais abrangentes, caminhando das constatações mais particulares às leis e teorias.
Hipotético-dedutivo	Prospecção de uma lacuna no conhecimento, acerca da qual se formulam hipóteses. Pelo processo de inferência dedutiva, testa a predição da ocorrência de fenómenos descritos pela hipótese.

Fonte: Elaboração própria

Como já igualmente referido, assiste-se atualmente a uma integração das diferentes abordagens, com uma maior complementaridade metodológica das perspetivas quantitativa e qualitativa e que Quivy e Campenhoudt (2008) resumem no método hipotético-indutivo e no método hipotético-dedutivo. Como referem, “*(...) os métodos articulam-se, mais do que se opõem.*”, pois qualquer modelo comporta inevitavelmente elementos de estruturação dedutiva, mas também indutiva (p. 144).

Se, em termos gerais, impera o método hipotético-dedutivo, uma análise mais focada nas diferentes hipóteses evidencia a conjugação de ambos os métodos. Se nas hipóteses 1, 4 e, parcialmente nas hipóteses 2 e 6, o levantamento bibliográfico efetuado nos

capítulos anteriores permite partir da teoria (ou do conceito) e, através das hipóteses, recolher dados que confirmem ou refutem essa teoria (ou conceito), já nas restantes hipóteses, pela originalidade do tema, não existe informação que sustente a mesma interpretação metodológica. Nesses casos, partindo-se da observação e dos dados recolhidos sobre as cidades de Lisboa e Porto, tentar-se-á, mais do que criar uma teoria, construir padrões que possam vir a ser testados em futuras investigações.

Está-se certo que, dentro das limitações decorrentes da pouca informação existente sobre a relação direta de algumas das variáveis em estudo, se dará um contributo positivo para novas áreas de investigação assentes quer na temática das companhias aéreas de baixo custo quer dos *hostels* e, em especial, da relação entre estas.

5.5.2. Refutabilidade das hipóteses

Não deixa de ser importante, neste ponto, efetuar uma referência metodológica ao critério da refutabilidade da hipótese. Como refere Quivy e Campenhoudt (2008), “(...) *ainda que o investigador conclua pela confirmação da sua hipótese ao cabo de um trabalho conduzido com cuidado, precaução e boa fé, a sua hipótese não pode, ainda assim, ser considerada absoluta e definitivamente verdadeira*” (p. 145).

Hume e também Popper (referidos em Almeida & Pinto, 1986) advogam quanto à impossibilidade de provar positivamente qualquer teoria, uma vez que a generalização se faz forçosamente a partir de observações em número limitado. Para Popper, “*a cientificidade de uma teoria resultará da sua disponibilidade para se submeter a testes empíricos “severos”, a experiências “cruciais” capazes de a refutar se não for verdadeira.*” (Almeida & Pinto, 1986, pp. 65-66). Esta noção de “*falsificacionismo Popperiano*” leva a que as hipóteses devam ser claramente formuladas e disponham do máximo conteúdo possível para poderem ser refutáveis.

Do mesmo modo, como também defendido por Bachelard (citado em Almeida & Pinto, 1986, p. 66), a progressão da racionalidade opera essencialmente através da renovada aprendizagem com o erro.

Assim sendo, só deve ser considerado científico o que puder ser provado e o que for positivamente demonstrado pela articulação de factos repetidamente observados com os enunciados abstratos da teoria (Almeida & Pinto, 1986).

Lakatos (1970) considera, no entanto, que um programa de investigação é infalsificável porque os cientistas defendem as suas teorias através de novas hipóteses e que, muitas das experiências de refutação surgem, muitas vezes, após a contestação (a refutação só deve, como tal, acontecer quando uma alternativa melhor já se encontra disponível) e evidência histórica acumulada ao longo dos tempos.

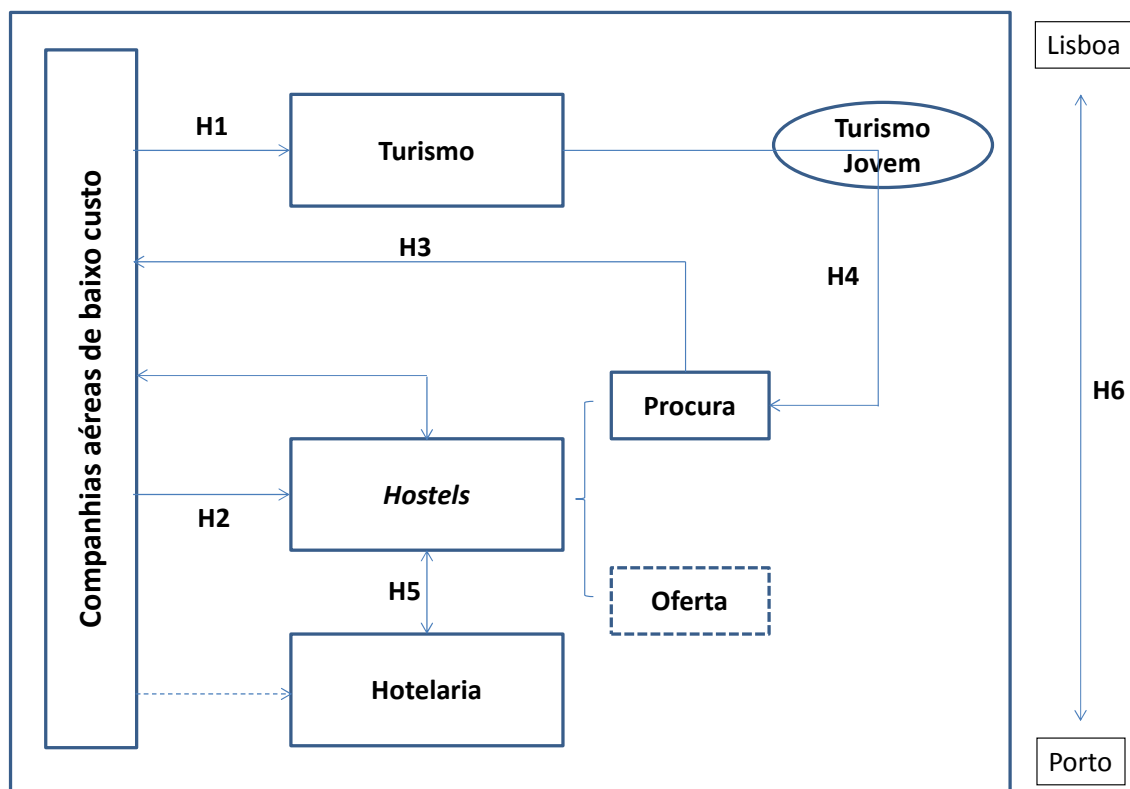
5.6. Construção do modelo de investigação

Como já enumerado em alguns aspetos anteriores, quanto à sua importância e indissociabilidade para a formulação de hipóteses, “*o modelo é um sistema de hipóteses articuladas logicamente entre si*” (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 136), pelo que, sendo a hipótese a precisão de uma relação entre conceitos, o modelo é, então, um conjunto de conceitos logicamente articulados entre si.

Também Carvalho (2009) advoga, quanto aos aspetos a ter em atenção no modelo, que “*(...) é imprescindível correlacionar a pesquisa com o universo teórico, optando-se por um modelo teórico que sirva de enquadramento à interpretação do significado dos dados e factos colhidos ou levantados.*” (p. 153).

No ponto anterior identificámos as diferentes hipóteses, as primeiras caracterizadas num ponto de vista mais conceptual (conceptualização) relacionando conceitos em função da revisão bibliográfica levada a efeito. Na parte final, numa vertente mais operacional, foram definidas hipóteses mais focadas para a realidade nacional (concorrência entre *hostels* e hotelaria, decorrente de nova legislação e nova abordagem do mercado) e os diferentes impactos nas cidades de Lisboa e no Porto.

O modelo conceptual apresentado na página seguinte, visa enaltecer os principais aspetos da investigação relacionando as companhias aéreas de baixo custo e o seu contributo para o desenvolvimento do turismo e, no caso particular, dos *hostels*, ao mesmo tempo que visa dar maior relevância científica à problemática dos *hostels* no conhecimento do perfil da procura e na sua relação com os outros meios de alojamento (no caso concreto, estabelecimentos hoteleiros) e de aviação comercial (utilização pelos seus clientes das companhias aéreas de baixo custo).



Fonte: Elaboração própria

Fig. 24. Modelo de investigação

Alguns desafios de base se colocaram aquando da sistematização da informação, nomeadamente ao nível do turismo (que engloba, no presente caso, a hotelaria e os *hostels*) e o papel que as companhias aéreas de baixo custo, enquanto variável impulsionadora da presente investigação, têm tido para o desenvolvimento desse mesmo turismo (nas cidades de Lisboa e Porto) e para o caso mais particular dos *hostels* (H1, H2).

A esperada relação entre os *hostels* e o turismo jovem e, igualmente, a relação entre os utilizadores do *hostels* enquanto clientes das companhias aéreas de baixo custo merece igualmente uma avaliação e validação destes conceitos (H3, H4).

Do mesmo modo, a necessidade de compreensão dos impactos concorrenciais dos *hostels* junto da hotelaria (H5), mesmo que muito circunscrito à realidade nacional, levou a que se lançasse essa hipótese de investigação, quer ao nível da potencial concorrência exercida pelos *hostels* junto dos hotéis, quer pelo contributo que as companhias aéreas de baixo custo possam ter tido no desenvolvimento de ambos os modelos de alojamento (atenuando esse efeito).

Por último, a conjugação dos diferentes fatores nas cidades de Lisboa e Porto e das suas potenciais diferenças levou à ponderação e lançamento de uma última hipótese (H6).

No ponto 5.9. far-se-á a compatibilização entre a formulação das hipóteses e sua relação com os instrumentos de observação, de modo a se verificarem as relações estabelecidas entre ambos.

A dinâmica do próprio tema levará certamente, ao longo do tempo, a ajustamentos do modelo proposto, fruto do desenvolvimento do mercado turístico e do posicionamento das companhias aéreas de baixo custo no mercado da aviação internacional e do perfil de turistas utilizadores dessas mesmas companhias e destes mesmos modelos de alojamento.

5.7. Delimitação da amostra, observação e sua fundamentação

De acordo com Hill e Hill (2005) *“qualquer investigação empírica pressupõe uma recolha de dados”* (p. 41), sendo que, *“uma investigação empírica é uma investigação em que se fazem observações para compreender melhor o fenómeno a estudar.”* (p. 19). No entanto, como refere Quivy e Campenhoudt (2008), *“não basta saber que tipos de dados deverão ser recolhidos. É também preciso circunscrever o campo das análises empíricas no espaço, geográfico e social, e no tempo”* (p. 157).

No presente caso, o campo de análise vão ser os proprietários (oferta) e turistas (procura) de *hostels* em Lisboa e Porto (elementos social e geográfico, respetivamente), cuja análise e trabalho de campo incidiu nos meses de maio a setembro de 2013 (elemento temporal). Complementarmente, visando apenas dar maior robustez às hipóteses de investigação, foi elaborado um inquérito junto dos estabelecimentos hoteleiros nestas cidades, assim como, foram realizadas entrevistas a um painel representativo do setor.

Coloca-se ao investigador, sempre de acordo com Quivy e Campenhoudt (2008), três caminhos após a delimitação do seu campo de análise, no que à investigação diz respeito:

- 1) Recolhe dados e faz incidir as suas análises sobre a totalidade da população coberta por esse campo (entende-se, por população ou universo, *“o conjunto de*

peçoas ou elementos a que se pretende generalizar os resultados e que partilham uma característica comum” (Coutinho, 2011, p. 85));

2) Limita a uma amostra representativa dessa população (entende-se, por amostra, “o conjunto de sujeitos (peçoas, documentos, etc) de quem se recolherá os dados e deve ter as mesmas características das da população de onde foi extraída” (Coutinho, 2011, p. 85));

3) Estuda apenas algumas componentes muito típicas, ainda que não estritamente representativas dessa população.

Porque o investigador não tem tempo nem recursos suficientes para recolher e analisar dados para cada um dos casos, como referido por Hill e Hill (2005), na maioria das situações o que o investigador pretende ou faz é “*analisar os dados da amostra, tirar conclusões e extrapolar as conclusões para o universo*” (p. 42). No entanto, para que essas conclusões possam ser aceites, com razoável confiança, é necessário, que essa amostra seja representativa desse universo, ou, como mencionado acima por Coutinho (2011), tenha as mesmas características da população. Do mesmo modo, Ghiglione e Matalon (1997) consideram que uma amostra é representativa, se as unidades que a constituem forem escolhidas por um processo tal, que todos os membros da população tenham a mesma probabilidade de fazer parte da amostra.

De acordo com Coutinho (2011) existem três momentos importantes no processo de amostragem. Por um lado, a identificação da população e da amostra, representativa ou não representativa. Por outro lado, a determinação do tamanho da amostra e, por último, a seleção da amostra. De acordo com Dias (2009) “*(...) a amostra resume as seguintes características: 1) A representatividade estatística, efectuada através da extracção casual do universo, onde os resultados obtidos se estendem a toda a população; 2) Suficiente, para reproduzir em si as variáveis consideradas importantes na investigação; 3) Casualidade, não uma escolha arbitrária dos elementos, mas onde através do modelo estatístico, se for respeitado, onde todos os elementos do universo têm a mesma possibilidade de fazer parte da amostra; e, 4) Proporcionalidade, em relação ao universo, considerando algumas variáveis factuais, como por exemplo: idade, sexo, nível de instrução, etc.*”. (p. 90).

No presente caso, e como irá ser desenvolvido, será possível identificar e trabalhar com a população-alvo (subconjunto de elementos pertencentes à população sobre a qual se recolhe informação – Dias, 2009) dos *hostels* em Lisboa e Porto mas, no lado da procura (turistas), o processo passará por amostragem. Relativamente ao inquérito aplicado junto dos estabelecimentos hoteleiros trabalhou-se igualmente com a população-alvo dos diferentes estabelecimentos hoteleiros nestas cidades.

Segundo Charles (1998), citado em Coutinho (2011), Dias (2009) ou Hill e Hill (2005), os métodos de seleção da amostra podem ser de natureza probabilística (amostragem casual ou probabilística) ou não-probabilística (amostragem não-casual, dirigida ou não-probabilística), podendo assumir os seguintes tipos:

Métodos de amostragem casual ou probabilística	Métodos de amostragem não-casual ou não-probabilística
• Amostragem aleatória simples • Amostragem sistemática • Amostragem estratificada • Amostragem por <i>clusters</i> • Amostragem multi-etápica • Amostragem multi-fásica	• Amostragem criterial • Amostragem por conveniência • Amostragem por quotas • Amostragem acidental • Amostragem “bola de neve”

Fonte: Elaboração própria a partir de Coutinho (2011) e Hill e Hill (2005)

Fig. 25. Métodos de amostragem

Como referido por Dias (2009), o que distingue as amostras probabilísticas das não-probabilísticas é que, nas amostras probabilísticas, os casos que fazem parte da amostra são rigorosamente escolhidos ao acaso, de modo que todos os elementos do universo ou do universo-alvo tenham igual probabilidade de vir a ser incluídos na amostra (p. 92).

Tendo em consideração as várias vertentes em investigação, quer do lado da oferta e da procura nos *hostels*, assim como, junto dos estabelecimentos hoteleiros e, de modo a se ter uma amostra, mesmo que reduzida, que abarcasse igualmente as várias sensibilidades e opiniões válidas de profissionais do setor, optou-se pelos seguintes instrumentos de amostragem, que irão ser objeto de maior fundamentação nos pontos seguintes:

	Amostragem	Tipo de amostragem
<i>Hostels</i> (oferta)	Probabilística	Amostragem estratificada
<i>Hostels</i> (procura)	Não-probabilística	Amostragem acidental
Hotelaria (oferta)	Probabilística	Amostragem estratificada

Fonte: Elaboração própria

Fig. 26. Amostragem

Se é certo que, do lado da oferta, o controlo e o conhecimento da população ajudou na escolha do método, no lado da procura, a incerteza e, principalmente, a incapacidade pessoal de aplicação direta dos questionários obrigou à opção por amostragem com um menor grau de cientificidade. Mesmo assim, o leque variado e o volume de respostas obtido, deixam antever robustez na amostra e nos resultados a apurar.

5.7.1. Avaliação da oferta dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto

Como ponto de partida para a identificação do mercado dos *hostels* nas cidades indicadas, foram selecionados, em primeira mão, os *hostels* membros da Associação de *Hostels* de Portugal, acrescidos de outros *hostels* membros da Associação de Turismo de Lisboa e do Porto (neste último caso, identificados através do *site* do *VisitPorto*).

Do mesmo modo, foram solicitadas informações sobre o alojamento local licenciado nas Câmaras Municipais de Lisboa e Porto, assim como junto do INE, que permitisse enquadrar melhor o mercado e a tipologia dos *hostels*. De salientar que as Estatísticas do Turismo 2012 (INE, 2013) contemplaram, pela primeira vez, uma análise ao alojamento local, quanto ao número de estabelecimentos, capacidade (camas), número de hóspedes, dormidas e estada média. No entanto, segundo contacto efetuado junto do INE, por se tratar do ano inicial de recolha destes dados, não estava prevista a sua divulgação com desagregação da informação além da NUTS II, situação que se manteve em 2013 (INE, 2014) e 2014 (INE, 2015b). Com a definição legal da tipologia *hostel* espera-se igualmente que, em futuros inquéritos do INE, se possa ter informação estatística relevante que ajude a melhor conhecer este tipo de alojamento.

Por outro lado, estando a comercialização dos *hostels* muito assente nas plataformas de venda *online*, foram identificadas as principais *OTAs* (*online travel agencies*) para a

venda de *hostels*, através do motor de busca do *Google*, como foram o caso dos sítios consultados em *www.hostelworld.com*, *www.hostelbookers.com*, *www.hostels.com*, *www.hostelsclub.com* e em *www.booking.com*. Também Oliveira-Brochado e Gameiro (2013), assim como a Stay Wise (2014a) efetuaram pesquisas recentes utilizando como base estas agências de viagens *online*, dada a dificuldade em se avaliarem outras fontes com informação credível, sistematizada e de confiabilidade científica.

A consulta efetuada permitiu igualmente constatar que algumas “antigas pensões” tendem a posicionar-se neste segmento de mercado assumindo, na sua caracterização ou nos seus sítios próprios ou de venda – como nos casos supra – a designação de *hostel*, com a transformação em camaratas coletivas (dormitórios) de alguns quartos tradicionais (ou, pura e simplesmente, identificando-os como *private rooms*).

O novo enquadramento legal da tipologia *hostel* irá permitir uma maior distinção deste modelo de alojamento, conforme consignado no Decreto-Lei n.º 128/2014 de 29 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 63/2015 de 23 de abril. No entanto, uma vez que todo o trabalho de campo é anterior a esta nova realidade legal, a situação de partida tem inerentemente problemas acrescidos na delimitação do universo, na medida em que obrigou, na altura, a identificar quais as unidades que, atendendo aos requisitos tradicionalmente aceites num *hostel*, cumpriam com esses mesmos requisitos.

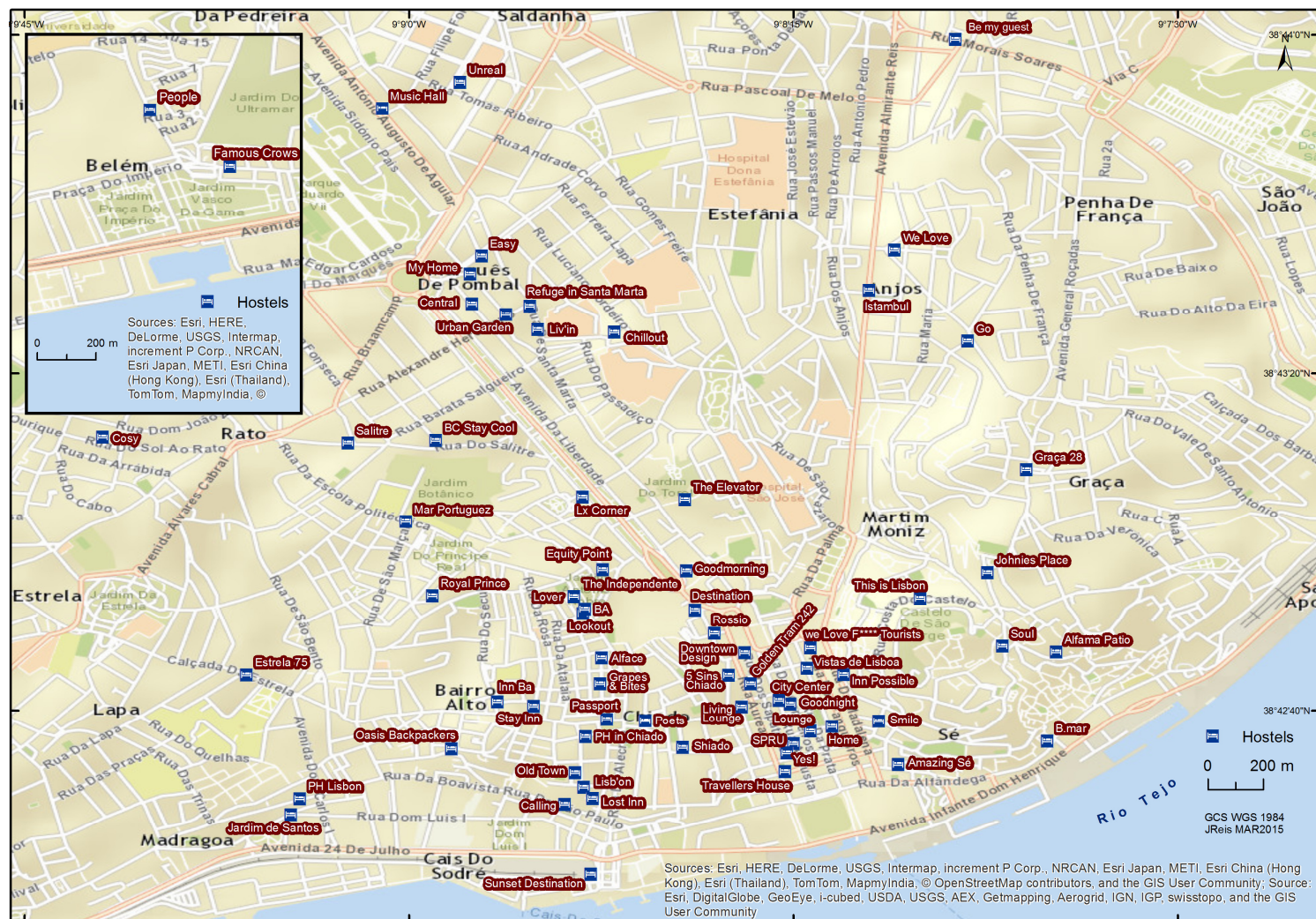
A pesquisa efetuada ao longo do período de maio a setembro de 2013, permitiu identificar 76 *hostels*, dos quais 51 em Lisboa e 25 no Porto.³⁴ Foram excluídas da análise algumas unidades de alojamento que, pelas suas características (assentes em quartos duplos), não se enquadram dentro do conceito de um *hostel*. Assim sendo, não foram consideradas 19 unidades em Lisboa e 6 no Porto. Não foram também incluídas na amostra novas unidades abertas em ambas as cidades, após junho de 2013 (3 novas unidades abriram em Lisboa e outras 3 no Porto, após essa data, com o encerramento de uma unidade no Porto em setembro desse ano). Essa situação teve em atenção potenciais impactos que as mesmas poderiam trazer para a investigação, podendo, dada a sua recente entrada no mercado, distorcer os dados face a unidades já implantadas.

³⁴ Em novembro de 2011, segundo levantamento efetuado, na altura, por Abrantes (2013) existiam 68 *hostels*, dos quais 48 em Lisboa e 20 no Porto. A análise mais detalhada da oferta de alojamento local será objeto de enquadramento no capítulo 7, com atualização dos dados da oferta *hostel* a fevereiro de 2015.

Os *hostels* foram georefenciados com o recurso a programa da ESRI, com base nas respectivas moradas. A informação mapeada encontra-se espelhada na Figura 27 (Lisboa) e na Figura 28 (Porto), nas páginas seguintes, incluindo os *hostels* localizados nas regiões mais centrais das cidades de Lisboa e Porto.

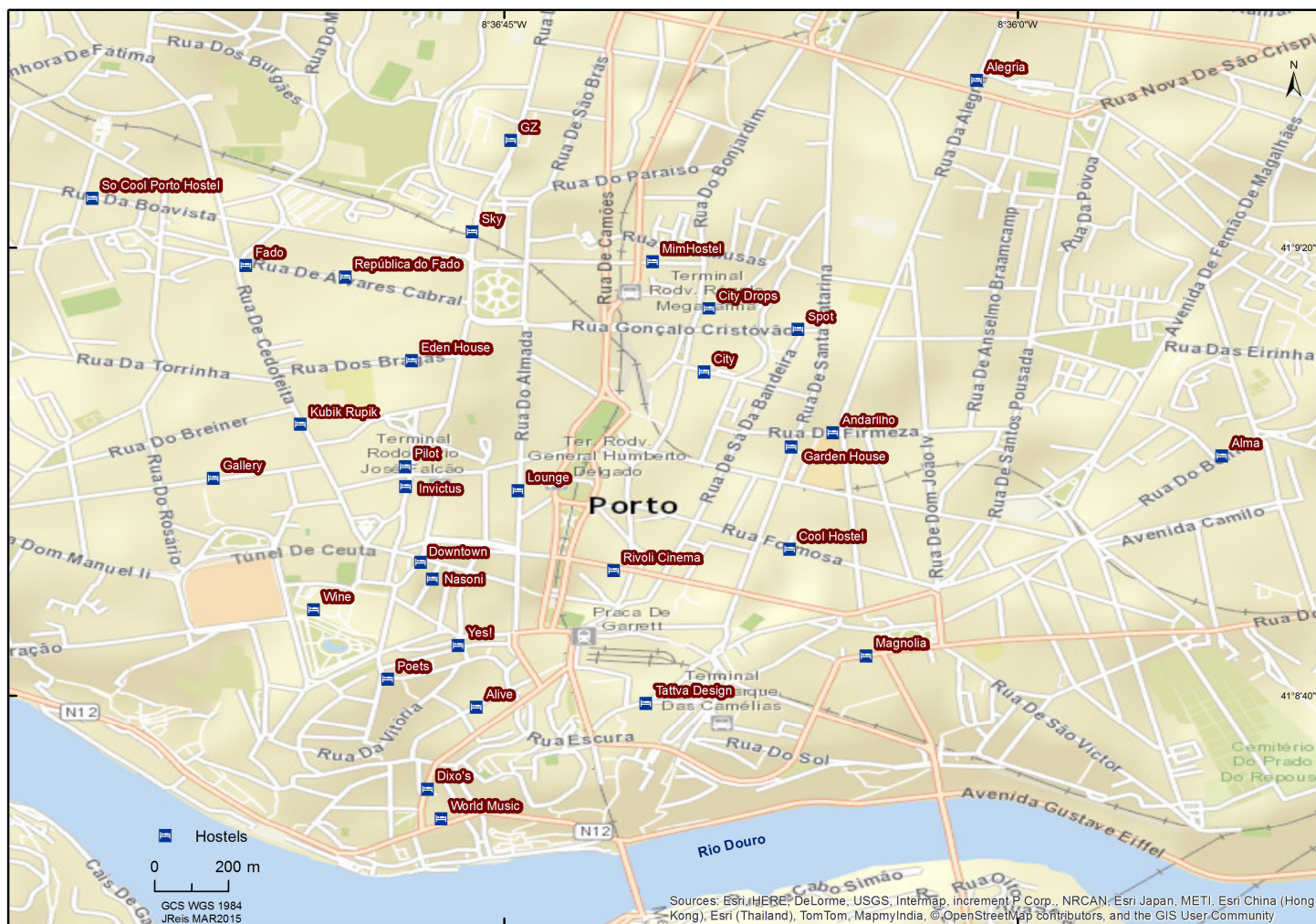
Optou-se igualmente por incluir, nesta georeferenciação, todos os *hostels* identificados no levantamento mais recentemente efetuado (fevereiro 2015), de modo a se ter uma visão mais integrada e espacialmente mais realista do mercado *hostel* em ambas as cidades (considerar apenas as unidades inquiridas em 2013, face à dinâmica do mercado, era perder capacidade crítica de mostrar a realidade atual de um mercado em forte crescimento). Os Anexos 11 (Lisboa) e 12 (Porto) evidenciam os *hostels* identificados aquando do trabalho de campo e as novas unidades igualmente referenciadas, cuja atualização da informação, foi feita com base em pesquisa efetuada através das principais OTAs, a 20 de fevereiro de 2015, com especial incidência para a www.hostelworld.com, www.hostelbookers.com e www.booking.com.

Em termos do trabalho de campo levado a efeito, foram contactados e visitados todos os *hostels* identificados num período alargado entre maio e setembro de 2013, com reuniões, onde possível, com os seus responsáveis, para explicação dos objetivos do trabalho de campo a levar a cabo e que passava pela aplicação de dois questionários: um questionário a ser preenchido pelos próprios *hostels* (oferta) e um outro questionário a ser preenchido pelos turistas nesses mesmos *hostels* (procura). Os questionários encontram-se no Anexo 13 (oferta) e 14 (procura).



Fonte: ESRI Inc.(elaborado a 24 de março de 2015, com base no levantamento dos *hostels* existentes na cidade de Lisboa em 20 de fevereiro de 2015).

Fig. 27. *Hostels* em Lisboa



Fonte: ESRI Inc. (elaborado a 24 de março de 2015, com base no levantamento dos *hostels* existentes na cidade do Porto em 20 de fevereiro de 2015).

Fig. 28. *Hostels* no Porto

Houve uma maior participação e adesão ao trabalho de campo dos *hostels* do Porto, com níveis de resposta aos questionários junto dos *hostels* e dos turistas bastante importante, para uma melhor caracterização do setor.

Tabela 10

Hostels em Lisboa e Porto – Taxa de resposta (ponderada)

Cidade	Oferta		Respostas (ponderadas)		Taxa de Resposta (%)		Peso (%)	
	Nº <i>hostels</i>	Nº camas	Nº <i>hostels</i>	Nº camas	Nº <i>hostels</i>	Nº camas	Nº camas (oferta)	Nº camas ponderadas (respostas)
Lisboa								
< 50 camas	34	1.130	18	565	52,9	50,0	42,1	41,3
50+ camas	17	1.552	9	804	52,9	51,8	57,9	58,7
Total	51	2.682	27	1.369	52,9	51,0	100	100
Porto								
< 50 camas	19	635	12	427	63,2	67,2	59,2	58,7
50+ camas	6	437	4	300	66,7	68,6	40,8	41,3
Total	25	1.072	16	727	64,0	67,8	100	100

Fonte: Elaboração própria

A população-alvo foi estratificada tendo, como critério de base, o número de camas instituídas legalmente, de acordo com o requisito de segurança, ou seja, as 50 camas, como preconizado no art. 7º da Portaria n.º 517/2008 de 25 de junho. A razão para este critério (outros possíveis critérios, com a mesma fragilidade científica que o critério utilizado, passariam pela classificação da *Hostelworld* ou, em alternativa, pela classificação defendida pelo Presidente da Associação de *Hostels* de Portugal na entrevista levada a cabo) decorreu do levantamento efetuado, constatando-se que a maioria das unidades possuíam uma capacidade inferior a 50 camas, ou seja, onde as exigências legais eram menores.

De modo a evitar-se potenciais enviesamentos na amostra estratificada para, como mencionado por Good e Hatt (1979), citados em Dias (2009), lhe conferir melhor consistência e produzir os estratos do universo o mais possível homogêneos, com vista a melhorar a qualidade da amostra, houve necessidade de ponderar a amostra, retirando-se questionários, em Lisboa e Porto (um questionário em Lisboa no estrato 50+ camas e dois questionários no Porto, igualmente no estrato 50+ camas).

Os trabalhos foram mais morosos e mais complexos em Lisboa, na medida em que, se por um lado existem mais unidades, existiu igualmente maior relutância à participação, levando a maiores fragilidades na amostra nesta cidade, apesar de, em volume, o número de participantes ser superior.

5.7.2. Avaliação da procura nos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto

A avaliação da procura passou pelo lançamento de inquéritos junto dos clientes dos *hostels*.

Pretendeu-se que esses inquéritos fossem lançados a partir de maio de 2013, de modo a abrangerem a época alta da operação turística. Esse período alargado permitiu igualmente aumentar a sua exposição, com vários tipos de público e várias motivações (*long stays, short breaks, school breaks*, festivais de verão, etc.).

A sua aplicação foi efetuada pelos *hostels*, sem qualquer intervenção do investigador junto dos turistas. Esta situação permitiu, por um lado, uma total independência do processo, assim como, um total controlo do circuito pelo *hostel* (alguns *hostels* manifestaram, logo no início, que o processo seria realizado por estes, pois eram estes que conheciam os seus clientes e não queriam interferência de terceiros), limitando-se o investigador a reforçar a presença, nos casos de solicitação adicional de novos inquéritos ou, pura e simplesmente, a recolher os inquéritos entretanto preenchidos. O questionário encontra-se no Anexo 14, como referido no ponto anterior, tendo sido apresentado apenas em inglês.

Deste modo, a amostragem assumiu características de não-probabilística de natureza accidental, ou seja, constituída por voluntários que estivessem disponíveis e motivados para participar (Coutinho, 2011, p. 93), quase sempre através dos rececionistas desses mesmos *hostels*.

Mesmo sabendo-se do menor rigor que as amostras não probabilísticas encerram face às amostras probabilísticas, cujo grupo, como referido por Dias (2009) “(...) *tem sido causa de controvérsias em relação ao valor científico, à validade dos seus resultados.*”, também é reconhecido que as mesmas “*podem ser úteis em muitas circunstâncias que não permitem determinar a probabilidade (...)*”, como é o presente caso.

A amostra foi calculada em função da capacidade oferecida nos *hostels*, tendo em consideração a taxa de ocupação média anual ponderada estimada e a estada média dos hóspedes. Deste modo, foi possível estimar o número médio de hóspedes, dentro da população-alvo, durante um ano.

Como referido por Schutt (1999, citado em Coutinho, 2011), amostras grandes garantem, à partida, maior generalização dos resultados por diminuírem o erro amostral.

No entanto, como expresso em Coutinho (2011), muitos autores (casos de Best & Kahn (1993), Charles (1998) e Mertens (1998), entre outros) defendem que é mais importante o cuidado na seleção da amostra do que o seu tamanho. Também Fink (2003) afirma que o tamanho da amostra se refere ao número de respostas necessárias para que os resultados obtidos sejam precisos e confiáveis e que o aumento do tamanho da amostra diminui o erro.

Deste modo, o tamanho ótimo de uma amostra está diretamente relacionado com o tipo de problema a investigar (Charles, 1998; Mertens, 1998, mencionados em Coutinho, 2011), existindo critérios que ajudam o investigador a determinar a dimensão mais correta para a sua amostra. Deste modo, para o caso de um *survey* (o que exige maior número de observações), o tamanho recomendado para a amostra aponta para 100 observações, devendo ser de 20 a 50 para subgrupos menores (que, no presente caso, se poderia traduzir em análise *hostel a hostel* ou por categorias de *hostels*, por exemplo).

Também Hill e Hill (2005) apontam três caminhos para a definição do tamanho da amostra. Para o caso de duas amostras independentes (teste *t*), casos de Lisboa e Porto, o tamanho mínimo deve ser de 60 casos. Para Fink (2003), o tamanho da amostra deve considerar se o universo é finito ou infinito (que no presente caso é finito, em função do potencial máximo de dormidas considerando-se a capacidade oferecida), qual o nível de confiança estabelecido, o erro pretendido e a proporção em que a característica principal da pesquisa se mantém na população.

O objetivo desses inquéritos, além de permitirem um conhecimento do mercado dos *hostels*, cuja literatura continua escassa, é de validar, igualmente, a importância que as companhias aéreas de baixo custo podem significar para o desenvolvimento deste tipo de alojamento em Lisboa e Porto.

Com base nesses valores, tentou-se calcular a amostra considerada ideal assumindo-se a relação definida por Krejcie e Morgan (1970) entre o tamanho da amostra (mesmo que aleatória) e a população total, levando, no presente caso, a necessidades na ordem dos 383 questionários para cada cidade (de acordo com a tabela de Krejcie & Morgan (1970), para uma população de 75.000 unidades serão necessários 382 questionários, sendo de 384 para uma população de 1.000.000). Estes pressupostos assentam em um intervalo de confiança de 95%, com base num erro amostral de 5%.

O quadro abaixo mede a relação entre os questionários recebidos, os questionários entregues e, acima de tudo, a sua adequação, em termos de resposta face à amostra ideal. O erro amostral, mantendo-se os mesmos critérios supra e mesmo tendo em atenção as limitações da amostra, é de 5,07% no caso da amostra de Lisboa e de 5,67% na amostra do Porto.

Tabela 11

Resultados da amostra da procura nos *hostels*

Descrição	Lisboa	Porto
Amostra ideal (1)	383	383
Nº Questionarios distribuídos (2)	684	460
Nº Questionarios recolhidos (3)	382	308
Questionários anulados (4)	10	10
Nº Questionarios validados (5)	372	298
Taxa de resposta vs Quest. distribuídos (5) / (2)	54,4%	64,8%
Taxa de resposta vs Amostra ideal (5) / (1)	97,1%	77,8%

Fonte: Elaboração própria

Foi distribuído um número bastante superior de questionários pelos vários *hostels*. No caso de Lisboa, foram distribuídos 684 questionários em 31 *hostels* e, no Porto, foram entregues 460 questionários em 19 *hostels*. Esse número teve em consideração esperadas perdas pelos hóspedes (que levam o questionário e não o entregam), assim como situações de questionários que se perdem ao serem colocados no *hostel* em sítios sem vigilância. Por outro lado, teve-se ainda em atenção, numa fase inicial, uma distribuição mais limitada de questionários aos *hostels*, de modo a evitar algumas potenciais reações negativas na sua aplicação junto dos hóspedes. Situações existiram onde, em função da resposta dos hóspedes, o número de questionários foi reforçado.

Os questionários anulados tiveram em consideração evidentes faltas de informação (hóspedes que abandonaram o questionário a meio ou, embora em menor número, quando a informação reportada não era inteligível ou se mostrava incoerente). Muitos questionários apresentavam faltas de informação em algumas perguntas pontuais sendo que, nesses casos, os mesmos foram validados favoravelmente.

Se é certo que no Porto o valor global de questionários ficou aquém do desejado, de acordo com o definido por Krejcie e Morgan (1970), não deixa de ser importante realçar que o número médio de questionários validados no Porto é superior a Lisboa (16,8

questionários validados por *hostel* no Porto contra 13,3 questionários validados por *hostel* em Lisboa).

Por outro lado, a tentativa de continuar a recolha de questionários junto dos *hostels* até perfazer o número ideal de observações tornaria a investigação mais morosa e com custos mais elevados. Mas, mais importante que esse aspeto, foi a reação sentida junto de alguns *hostels* que deixaram claro que o processo não se poderia manter *ad aeternum*, o que obrigou o investigador a definir uma data final de recolha de questionários (sob pena de prolongar indesejadamente a sua presença).

Mesmo assim, considera-se que o número recolhido e validado de questionários é representativo da amostra, cujos resultados ajudarão a compreender e caracterizar o comportamento dos turistas neste modelo de alojamento.

5.7.3. Avaliação da atividade dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto junto da hotelaria tradicional

Pretendeu-se, neste ponto, até para se medirem os impactos que este novo modelo de alojamento tem tido para a hotelaria tradicional, efetuar um inquérito junto dos estabelecimentos hoteleiros nas cidades de Lisboa e Porto.

Identificaram-se as várias unidades hoteleiras registadas junto do Turismo de Portugal, tendo-se igualmente utilizado outras fontes – *Publitoris Travel Hotel Guide, Portugal Hotel & Travel Guide, Visit Porto* ou Associação de Turismo de Lisboa (ATL) – para validação da informação quanto às unidades existentes.

O objetivo será perceber, mais uma vez, além do contributo que as companhias aéreas de baixo custo possam estar a dar para os estabelecimentos hoteleiros em si, o que significa este novo modelo de alojamento local para a hotelaria e, até que ponto, pode ser (ou já o é) uma ameaça real.

Vai-se, assim, trabalhar com a população-alvo existente ao nível das diferentes unidades hoteleiras nestas cidades (hotéis de 5 a 1 estrela). O período de envio do questionário focou-se maioritariamente em setembro/outubro de 2013, embora, para contactos privilegiados, se tenha enviado o mesmo anteriormente a esta data (até para validação do mesmo, funcionando como pré-teste).

Os inquéritos foram distribuídos por *e-mail* com o *link* à plataforma *www.freeonlinesurveys.com*, com uma representatividade de respostas bastante mais numerosa nas unidades de categorias superiores. Foram efetuados vários envios, alertas e telefonemas, no sentido de se obter o maior número de respostas possível, monitorizando-se as necessidades em função das respostas por categoria (*clusters*) e da necessária representatividade, de modo a se evitar algum enviesamento na amostra recolhida. O questionário encontra-se no Anexo 15.

A tabela seguinte espelha os resultados apurados, privilegiando-se, tal como na análise feita aos *hostels*, a representatividade pelo número de camas.

Tabela 12

Taxa de resposta (ponderada) da hotelaria nas cidades de Lisboa e Porto

Cidade	Categoria	Oferta		Respostas (Ponderadas)		Taxa de Resposta (%)		Peso (%)	
		Unidades	Camas	Unidades	Camas	Unidades	Camas	Camas (Oferta)	Camas Ponderadas (Respostas)
Lisboa	5 estrelas	21	3.997	16	3.019	76,2	75,5	24,3	25,6
	4 estrelas	64	8.243	49	5.892	76,6	71,5	50,1	49,9
	3 estrelas	36	3.140	23	2.243	63,9	71,4	19,1	19,0
	2/1 estrelas	20	1.074	9	646	45,0	60,1	6,5	5,5
	Total	141	16.454	97	11.800	68,8	71,7	100	100
Porto	5 estrelas	6	1.205	3	749	50,0	62,2	23,6	24,4
	4 estrelas	15	1.696	8	1.007	53,3	59,4	33,2	32,8
	3 estrelas	18	1.302	10	742	55,6	57,0	25,5	24,2
	2/1 estrelas	26	912	12	574	46,2	62,9	17,8	18,7
	Total	65	5.115	33	3.072	50,8	60,1	100	100

Fonte: Elaboração própria

A amostra não deixa de espelhar uma elevada representatividade, em função do número de camas abrangidas, com uma melhor taxa de resposta na cidade de Lisboa.

No caso dos grupos hoteleiros com várias unidades na mesma categoria, foi solicitada uma resposta que albergasse essas categorias. Para grupos hoteleiros que tivessem unidades hoteleiras em várias categorias foi solicitada uma resposta por categoria. Para grupos hoteleiros com unidades nas duas cidades foi igualmente solicitada a resposta por cidade/categoria.

A informação relativa às categorias mais baixas (2 e 1 estrela) foi agregada, de modo a manter os necessários níveis de confidencialidade da informação (devido ao diminuto número de hotéis de 1 estrela).

Houve necessidade de ponderar a amostra, de modo a evitar fenómenos de enviesamento e que se traduziram pela retirada de questionários nas categorias

superiores. Se no caso de Lisboa bastou retirar um questionário de um hotel de 5 estrelas e outro de 4 estrelas, no Porto foi-se obrigado a retirar dois questionários de hotéis de 5 estrelas e igual número em hotéis de 4 estrelas.

Por outro lado, como referido por Ghiglione e Matalon (1977), uma amostra é representativa se as unidades que a constituem forem escolhidas por um processo tal que todos os membros da população tenham a mesma probabilidade de fazer parte da amostra. Ao se contactarem todas as unidades das duas cidades, com insistência à resposta, deu-se cabal satisfação ao preconizado pelos autores, tal como já tinha acontecido com a oferta *hostel*.

Porque fora do âmbito desta investigação não foram efetuados quaisquer inquéritos junto da procura na hotelaria tradicional, até porque, sendo o foco nas companhias aéreas de baixo custo e *hostels*, a probabilidade de encontrar um hóspede que fosse ao encontro dos objetivos de estudo seria diminuta e obrigaria a custos temporais e monetários elevados.

Está-se, mais uma vez, perante um volume de informação relevante que permitirá obter respostas que ajudem a melhor relacionar os diferentes conceitos e a compreender a importância das companhias aéreas de baixo custo igualmente para a hotelaria de Lisboa e Porto e qual o grau de concorrência percebido entre modelos de alojamento.

5.7.4. Estabelecimento de um painel representativo

O objetivo, neste ponto, foi entrevistar um painel representativo do setor (painel de especialistas) que, com maior ou menor relação ao objeto de estudo, pudessem ajudar a enquadrar estrategicamente estas questões.

Pretendeu-se, deste modo, conhecer a opinião profissional de um conjunto de participantes que, com relação direta ou indireta com o tema, ajudassem a enquadrar o mesmo e a dar maior consistência estratégica na aglutinação da informação entre companhias aéreas de baixo custo e *hostels*.

Optou-se por uma abrangência diferenciada de interlocutores de modo a se poder ter uma visão mais aberta e alargada na investigação, pelo que se incluíram as seguintes aéreas de “reflexão” com impactos diretos e indiretos na análise:

- a) O Turismo de Portugal (TP), enquanto autoridade turística nacional, embora o alojamento local estivesse, na altura, confinado às Câmaras Municipais (que poderiam estabelecer regulamentos próprios), também elas consultadas;
- b) As companhias aéreas de baixo custo líderes na Europa e também as mais importantes em Portugal, como foram os casos da *Ryanair* e *easyJet*. Pela importância que ocupa na aviação comercial em Portugal era igualmente obrigatório indagar a TAP Portugal, pelo seu peso no aeroporto de Lisboa e como maior companhia aérea em Portugal;
- c) Os aeroportos de Lisboa e Porto, na sua relação direta com as companhias aéreas e pelo papel dinamizador no Norte de Portugal (em estreita relação com a abertura de uma base operacional da *Ryanair*);
- d) As associações representativas do setor do alojamento em Portugal, lideradas pela Confederação do Turismo Português (CTP) e suportadas pela Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP), Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo (AHPORT), Associação Portuguesa de Agência de Viagens (APAVT) e Associação da Hotelaria de Portugal (AHP) (estas duas últimas que não responderam), a que se juntou, por maioria de razão, a Associação de *Hostels* de Portugal (AHsP);
- e) A administração local quer através das Câmaras Municipais, como já mencionado supra, ou das respetivas associações de turismo representadas (ATL e ATP);
- f) A distribuição turística assente nas novas plataformas *online* como foram os casos da *Booking* (que não respondeu), da *Hostelworld* e da *Hostelbookers* (comprada, na altura, pela *Hostelworld*);
- g) A investigação com impacto direto no tema, como foi o caso do IPDT e a sua publicação trimestral ao perfil do turista no Porto e Norte de Portugal.

O conjunto de participantes, maioritariamente com responsabilidades máximas nas organizações dos entrevistados, mostra a qualidade da amostra selecionada e participante, ou seja, profundos conhecedores do tema, dando uma elevada cobertura às várias áreas de intervenção que vão da aviação aos aeroportos, do alojamento hoteleiro e local à distribuição turística e à investigação em turismo.

As questões, totalmente abertas, centraram-se na importância das companhias aéreas de baixo custo para o turismo nas cidades de Lisboa e Porto, dando-se especial ênfase ao seu contributo, tal como o tema advoga, para o desenvolvimento dos *hostels*.

Foi definido um corpo comum de questões, feitas a todos os intervenientes (com exceção das Pousadas de Juventude), sendo que, uma segunda grelha de questões, de natureza mais específica, teve em consideração as áreas profissionais e a experiência de cada um dos interlocutores.

Alguns dos participantes fizeram-no por entrevista, enquanto outros preferiram-no por resposta escrita ao guião enviado (questionário). Essa situação foi mais premente para os profissionais estrangeiros, por razões de comodidade e de rapidez na própria resposta.

As entrevistas aconteceram maioritariamente entre maio e setembro de 2013, a par com o trabalho de campo levado a cabo junto dos *hostels*.

Está-se, neste caso, perante uma análise totalmente qualitativa, onde, segundo Coutinho (2011) “(...) o trabalho de recolha e análise de dados é uma actividade sempre diversificada, que coloca frequentemente problemas inesperados, o que requer criatividade e flexibilidade” (p. 287). Sempre de acordo com Coutinho, na investigação qualitativa/interpretativa, os instrumentos e a conduta do investigador são difíceis de formalizar num conjunto de normas aplicáveis a todas as situações de pesquisa.

Também Deslauries (1977, referido em Guerra, 2006) considera que os métodos qualitativos designam uma “*variedade de técnicas interpretativas que têm por fim descrever, decodificar, traduzir certos fenómenos sociais que se produzem mais ou menos naturalmente*”, sendo que, de acordo com este autor, estas técnicas dão mais atenção ao significado destes fenómenos do que à sua frequência.

Coutinho (2011) considera ainda que, num estudo qualitativo, a amostra é sempre intencional, porque não há qualquer razão para que seja representativa da população (p. 289). Guerra (2006) advoga mesmo que não tem muito sentido falar de amostragem, uma vez que não se procura uma representatividade estatística, mas sim uma “*representatividade social*” (neste caso, profissional), que nada tem a ver com esse conceito (p. 40).

Sekaran e Bougie (2009) ressaltam, no entanto, que a amostra qualitativa deve começar sempre com uma definição precisa da população-alvo, sendo que, uma amostra orientada (*purposive sampling*) tem em consideração que os sujeitos são escolhidos na base da experiência na matéria que está a ser investigada. Por outro lado, como igualmente reafirmado, é importante que os sujeitos sejam escolhidos de modo a refletirem a diversidade da população (p. 297).

Dois dos conceitos em confronto entre as metodologias quantitativas e qualitativas prendem-se com os conceitos de diversidade e saturação (Guerra, 2006). Como reafirmado por Guerra, “*a diversidade relaciona-se com a garantia de que a utilização das entrevistas se faz tendo em conta a heterogeneidade dos sujeitos (ou fenómenos) que estamos a estudar*” (pp. 40-41), enquanto o conceito de saturação é “*um fenómeno pelo qual, depois de um certo número de entrevistas, o investigador (...) tem a noção de nada recolher de novo quanto ao objecto da pesquisa.*” (p. 42).

Não sendo o foco da presente investigação assente na vertente qualitativa, as entrevistas levadas a cabo, como mencionado, visaram dar um contributo complementar e estratégico ao enquadramento do tema. Mesmo assim, essas entrevistas tiveram em atenção quer a sua diversidade quer o conceito de saturação, na medida em que procuraram profissionais representativos dos setores e das associações profissionais com experiência profissional direta ou indiretamente ligados ao objeto de estudo e que pudessem enquadrá-lo, de modo a se obter o máximo de informação relevante para a análise.

A análise de conteúdo, método muito utilizado para a análise de texto e em planos quantitativos de tipo inquérito (*survey*) por questionário, quando as perguntas são de tipo aberto (Coutinho, 2011), como acontecerá nos inquéritos levados a cabo junto dos *hostels* e, marginalmente, nos inquéritos junto dos hotéis, consiste em perguntar um conjunto fixo de questões de modo a obter resultados contáveis (Marshall & Roosman, 1989 citados em Coutinho, 2011). O investigador busca estruturas e regularidades nos dados e faz inferências com base nessas regularidades, podendo essas unidades de análise serem organizadas em categorias conceptuais (Coutinho, 2011).

Também Bardin (1977) define a análise de conteúdo como “*um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que*

permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (p. 37). Mas, tal como reafirmado, “não existe o pronto-a-vestir em análise de conteúdo, mas somente algumas regras de base, por vezes dificilmente transponíveis”.

O estabelecimento deste painel de entrevistas, baseado em profissionais fortemente conhecedores da realidade do mercado e, em especial, nas suas áreas de atuação veio permitir visões diferentes sobre uma nova realidade. A diversidade de opiniões está diretamente proporcional à diversidade dos profissionais que o integram (da aviação à distribuição turística, passando pela visão da autoridade turística nacional e das sensibilidades locais e das associações representativas de classe), mostrando-se fundamental para a integração de diferentes vertentes de análise e diferentes abordagens sobre o mesmo tema.

5.8. Métodos e Técnicas de Observação propostos: sua análise, discussão e principais conclusões metodológicas

5.8.1. Enquadramento teórico e conceptual

Para Quivy e Campenhoudt (2008), *“a observação engloba o conjunto das operações através das quais o modelo de análise (constituído por hipóteses e por conceitos) é submetido ao teste dos factos e confrontado com dados observáveis. (...) A observação é, portanto, uma etapa intermédia entre a construção dos conceitos e das hipóteses, por um lado, e o exame dos dados utilizados para as testar, por outro” (p. 155).*

A fase de observação obriga a utilizarem-se instrumentos adequados que permitam reunir as informações principais e essenciais à investigação. Uma das principais anotações dos autores, sobre esta temática, prende-se com o que definem como dados pertinentes, ou seja, o investigador deve apenas recolher os dados que sejam úteis à verificação das hipóteses, sob pena de dados excedentários poderem vir a penalizar o teor da sua investigação.

Para Deshaies (1997), a pesquisa implica o uso de uma técnica de exploração ou método, a recolha de dados ou de informação e a organização e sistematização da informação, tendo em vista a análise e a interpretação do material de pesquisa recolhido (p. 293).

Para obter informação é necessário observar, podendo o investigador optar por duas formas de observação: a observação fortuita ou ocasional e a observação sistemática ou voluntária. De acordo com Deshaies (1997) é, assim possível, distinguir entre a observação direta, isto é, *“realizada quando se toma nota dos factos, dos gestos, dos acontecimentos, dos comportamentos das opiniões, das acções, das realidades físicas, em suma do que se passa ou existe num dado momento numa dada situação”* (p. 296), com um carácter mais quantitativo, podendo ainda ser de natureza extensiva (aplicada a grandes grupos) ou intensiva (aplicada a indivíduos ou pequenas comunidades) e a observação indireta, isto é, *“técnicas de observação que incidem nos indivíduos, nos comportamentos, nos grupos, no passado, noutros locais (ontem ou hoje) ou, mais geralmente, em todos os tipos de dados existentes”*, com um carácter mais focado na utilização de técnicas documentais.

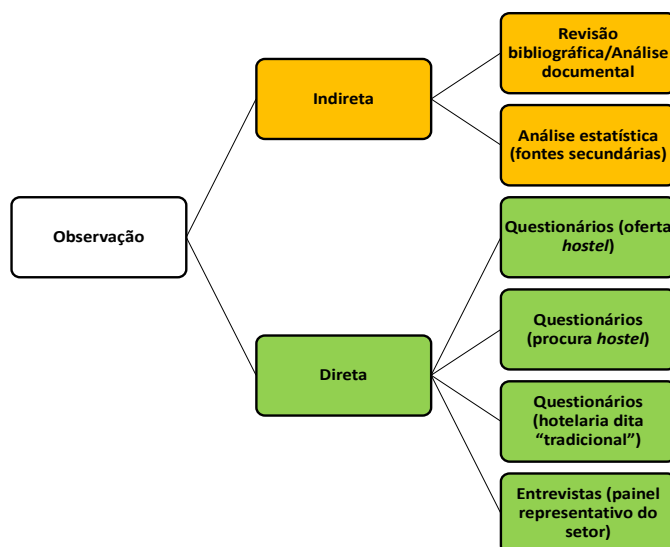
Quivy e Campenhoudt (2008) consideram, no entanto, que a observação direta é aquela em que os sujeitos observados não intervêm na produção da informação procurada, enquanto na observação indireta o investigador dirige-se ao sujeito para obter a informação procurada, sendo, neste caso, o instrumento de observação o questionário ou guião de entrevista (p. 164).

Atendendo à abrangência do tema e, consequentemente, do seu campo de análise, o seu enquadramento espacial – circunscrito às cidades de Lisboa e Porto – e temporal – desde o aparecimento das companhias aéreas de baixo custo nessas cidades –, assim como ao seu objeto – voos das companhias aéreas de baixo custo de e para Lisboa e Porto –, ajudaram a definir os métodos de observação, tendo em atenção, neste caso, a especificidade do tema em investigação e os objetivos inicialmente delineados.

Na presente investigação, de acordo com o preconizado por Deshaies (1997), os métodos de observação utilizados incidirão sobre ambas as formas de observação, salientando-se:

- a) Observação indireta – análise dos documentos essenciais a um melhor conhecimento do objeto de estudo, seja com base em informação publicada em livros, revistas científicas, revistas técnicas, imprensa e outros meios de informação relevantes, assim como, sobre a análise de fontes e séries estatísticas que ajudem a fundamentar o tema em investigação;

- b) Observação direta – através do lançamento de questionários junto da oferta dos *hostels* e dos seus utilizadores (procura), junto dos estabelecimentos hoteleiros e a realização de entrevistas a um painel de membros representativos do turismo.



Fonte: Elaboração própria a partir de Deshais (1997)

Fig. 29. Métodos de observação utilizados

A observação indireta visou, acima de tudo, proceder a uma revisão da literatura existente sobre o tema em investigação. Como refere Coutinho (2011) a revisão da literatura consiste na “*identificação, localização e análise de documentos que contêm informação relacionada com o tema*”, cujo objetivo visa situá-lo no contexto e estabelecer uma ponte entre o “*conhecimento já existente sobre esse tema e o problema*” que se pretende investigar (p. 55).

Deste modo, a revisão da literatura vai ajudar o investigador, além de elaborar o marco teórico/conceptual para a investigação, a identificar toda a investigação anterior relevante para o seu tema e que o ajude a melhor compreender o fenómeno em estudo e como este se relaciona. “*Uma boa revisão da literatura potencia a credibilidade da investigação ao relacionar e conectar a investigação prévia com o problema objecto da investigação*” (Coutinho, 2011, p. 55).

Danhke (1989, mencionado em Sampieri *et al.*, 2006) distingue três tipos de fontes de informação, sejam elas *primárias* (fornecem dados em primeira mão, como sejam, livros, ontologias, artigos de periódicos, etc.), *secundárias* (compilações, resumos e

listas de referências publicadas em determinada área de conhecimento) e *terceárias* (agrupa compêndios de fontes secundárias³⁵) (p. 54).

Privilegiou-se a pesquisa nos diferentes tipos de fontes, embora focando-se nas fontes primárias, ou seja, em livros e publicações de referência onde as temáticas tenham sido abordadas, complementadas por outro tipo de informação mais atualizado (quer em artigos científicos, fontes eletrónicas credíveis ou em revistas técnicas especializadas), que ajudassem a dar sustentabilidade ao tema e a atualização necessária à investigação.

Convém salvaguardar que, dado o grau operacional que a aviação comercial assume, com alterações de mercado constantes (como por exemplo, o aparecimento de novas companhias aéreas, novas bases operacionais, novas rotas, novos aviões, etc.), a atualização da informação foi um dos aspetos tido em consideração. No entanto, muitas dessas fontes, de natureza eletrónica ou em revistas técnicas da especialidade, porque ainda sem tempo e histórico para serem investigadas e enquadradas em estudos científicos, não perdem a devida validade, pela pertinência e apoio na validação de tendências, análises ou teorias anteriormente exploradas. Também ao nível dos *hostels* o mercado tem sido extremamente dinâmico, com o aparecimento crescente de novas unidades em Lisboa e Porto (e em todo o país), assim como, pelo novo enquadramento legal verificado a partir de agosto de 2014 e revisto em abril de 2015, com a definição, entre outros aspetos, das características dos próprios *hostels*.

Dentro deste contexto, a análise às diferentes fontes estatísticas (nacionais e internacionais) com relevância direta com a investigação foi igualmente considerado. Esses levantamentos levaram a um enquadramento do setor do turismo e da aviação comercial em geral, assim como, nos casos mais focados nas cidades de Lisboa e Porto, pela importância direta para o estudo. Assim sendo, as principais fontes incidiram sobre a OMT, a ICAO, a IATA, a ANAC (ex-INAC), o TP, o INE, a ANA, entre outras fontes de referência.

³⁵ Danhke (1989, citado em Sampieri *et al.*, 2006) considera que os motores de busca na *internet* costumam desempenhar um papel importante, enquanto fonte secundária ou terciária, com o objetivo de se chegar às fontes primárias (p. 56).

Na utilização da observação direta optou-se por levar a cabo vários inquéritos que enquadrassem, por um lado, a oferta (proprietários dos *hostels*) e a procura (turistas utilizadores dos *hostels*), como já anteriormente mencionado.

Lançou-se, igualmente, um outro questionário junto da hotelaria tradicional de Lisboa e Porto para medir os impactos e penetração das companhias aéreas de baixo custo para este tipo de alojamento e validar – ou não – se os turistas são cada vez mais utilizadores de produto mais barato (*low cost*), assim como, para se perceber os impactos concorrenciais que os *hostels* possam significar para a hotelaria tradicional.

Do mesmo modo, foram efetuadas, como mencionado, entrevistas com os “*players*” mais estratégicos do mercado.

Neste caso, optou-se por entrevistas semi-dirigidas (ou também designadas por semi-estruturadas), as quais, segundo Quivy e Campenhoudt (2008), permitem ao investigador dispor de uma série de perguntas-guias, relativamente abertas, onde é imperativo receber informação do entrevistado, mas sem a rigidez da ordem e formulação inicialmente previstas. Como referido pelos autores, “*é semidirectiva (ou semidirigida) no sentido em que não é inteiramente aberta nem encaminhada por um grande número de perguntas precisas.*” (p. 192).

Grinnell (1997, referido em Sampieri *et al.*, 2006) classifica as entrevistas em estruturadas, semi-estruturadas ou abertas. No primeiro caso, o entrevistador realiza a entrevista com base no guião de perguntas específicas, enquanto nas entrevistas semi-estruturadas se baseia num guia de questões/assuntos, mas onde existe liberdade para introduzir questões adicionais que ajudem a aprofundar os temas em debate. Nas entrevistas abertas o entrevistador tem toda a liberdade na condução da entrevista com os temas e guiões muito mais abrangentes.

Deste modo, utilizar-se-ão, como definido por Coutinho (2011, p. 101) e Quivy e Campenhoudt (2008, p. 181), os vários instrumentos de observação na recolha de dados por inquérito, materializados nos questionários e em guião de entrevista, como já mencionados na Figura 29, aquando da caracterização dos métodos de observação utilizados (observação direta).

Não se considerou relevante para a investigação o lançamento de inquéritos junto das companhias aéreas de baixo custo que voam para os aeroportos de Lisboa e Porto, dada

a dispersão de companhias e destinos a abordar e as diferentes motivações e segmentos de mercado dentro de um avião. Essa situação, tal como junto da hotelaria, obrigaria a um custo demasiado elevado, quer monetário quer temporal, que fosse ao encontro das necessidades e objetivos em causa, assim como, a autorizações (nem sempre fáceis) para a colocação de inquéritos a bordo dessas mesmas companhias ou nos aeroportos. Assim sendo, os resultados a obter, porque nem todos os passageiros são turistas e com perfil de utilizador de *hostels* estariam, com forte probabilidade de acontecer, fora do âmbito da análise e apenas constituiriam informação pouco relevante para a mesma.

Do mesmo modo, optou-se por não indagar o lado da procura junto das unidades hoteleiras tradicionais, como anteriormente mencionado, mais uma vez por razões temporais e monetárias, até porque, quer a ATL quer o IPDT já levam a cabo inquéritos regulares sobre essas realidades nas cidades de Lisboa e Porto.

Por outro lado, o objeto do estudo é, antes de mais, a relação entre companhias aéreas de baixo custo e *hostels*, pelo que a análise junto da hotelaria tradicional visa, acima de tudo, complementar e validar (ou não) os pressupostos de que os *hostels* têm vindo a tornar-se num caso de competitividade e concorrência direta com os meios de alojamento hoteleiro.

Os questionários e as entrevistas, como já anteriormente referido, enriquecerão – e muito – a investigação proposta, na medida em que permitirão compreender e explicar, com maior conhecimento de causa, a realidade de cada uma das visões do negócio (hotelaria tradicional/alojamento local) e extrapolar tendências justificativas do comportamento dessas variáveis, em função da realidade (ou não) colocada pelas novas companhias aéreas de baixo custo *versus* as companhias aéreas tradicionais. No fundo, será que a trilogia *LCCs/hostels/turismo jovem* é verdadeira ou a realidade de quem utiliza este tipo de alojamento vai para além desse segmento jovem e, mesmo que utilizador, se movimenta em outros meios de transporte que não as companhias aéreas de baixo custo? E o que acontece em outros meios de alojamento? Será que, nesse caso, estamos perante idêntica trilogia entre *LCCs/hostels/hotelaria* com os clientes das companhias aéreas de baixo custo a privilegiarem os *hostels* em detrimento dos hotéis ou existe negócio para ambos, com muitas das unidades hoteleiras a sentirem igualmente os efeitos positivos desse novo modelo de aviação comercial?

Teve-se em consideração as características básicas para o desenho dos questionários, nomeadamente quanto a Perez *et al.* (2001, p. 86):

- ✓ Objetividade, de modo, a que o entrevistador não influencie a opinião do entrevistado;
- ✓ Clareza, através do uso de linguagem facilmente perceptível pelo entrevistado;
- ✓ Precisão, visando uma boa definição das perguntas, evitando ambiguidades na resposta;
- ✓ Correção, evitando-se questões que, pelo seu conteúdo ou linguagem, possam ofender ou indispor o entrevistado; e,
- ✓ Duração limitada, sendo desejável, sempre que possível, que o tamanho do questionário seja curto, evitando-se perguntas repetidas, excessivamente longas e que levem a uma perda de interesse nas respostas do entrevistado.

Foram utilizados os diferentes tipos de perguntas, tal como, preconizado por Perez *et al.* (2001): fechadas, levando o entrevistado a responder ao solicitado dentro das opções definidas (embora facilite a classificação e análise futura, restringe a informação do entrevistado); abertas, dando liberdade ao entrevistado para responder como desejar; e, mistas, onde serão consideradas algumas opções fechadas, mas com a possibilidade do entrevistado poder juntar outras opções às questões levantadas.

De acordo com Sampieri *et al.* (2006) os questionários podem ser aplicados de diversas formas:

- a) Auto-administrado, em que o questionário é fornecido diretamente ao indivíduo para sua resposta;
- b) Entrevista pessoal, com a aplicação direta do questionário pelo entrevistador aos entrevistados;
- c) Entrevista telefónica, com a aplicação do questionário à distância através do telefone;
- d) Auto-administrado e enviado por correio (físico ou eletrónico), com a resposta ao questionário a ser enviada à *posteriori* após o seu preenchimento.

De acordo com Ary, Razavieh e Jacobs (1989, referidos em Coutinho, 2011), Dias (2009) ou Sekaram e Bougie (2009), como referido na página 173, uma variável é um atributo que pode assumir diferentes valores ou valores que vão variando, ou seja, valores que podem ser diferentes em períodos vários para a mesma pessoa ou objeto ou, no mesmo período, para pessoas ou objetos diferentes.

Hill e Hill (2005, p. 83) reforçam a importância deste conceito, salientando que, em investigações onde se aplicam questionários (que será o presente caso), a maioria das variáveis são medidas a partir das perguntas desses questionários, pelo que, os tipos de perguntas, os tipos de respostas associadas a essas perguntas e as escalas de medida dessas respostas são muito importantes, porque podem condicionar e influenciar os métodos de análise e a definição de hipóteses a empreender (sobretudo que métodos utilizar para analisar os dados).

Do ponto de vista de medição das variáveis, Bisquerra (1989, citado em Coutinho, 2011) considera que as variáveis podem ser qualitativas (ou categóricas) e quantitativas, sendo que as primeiras se referem a características, tal como o nome indica, não quantificáveis (obrigando ao estabelecimento de categorias para cada modalidade da variável), enquanto as segundas são suscetíveis de serem traduzidas numericamente.

Sempre de acordo com Bisquerra, as variáveis qualitativas podem ser dicotómicas, quando apresentam apenas duas categorias, ou politónicas, se apresentam mais de duas categorias. Por sua vez, as variáveis quantitativas dividem-se em discretas, cujos valores assumem números inteiros ou contínuas, quando podem assumir qualquer valor.

Sekaram e Bougie (2009, p. 141) consideram uma escala como um instrumento ou um mecanismo pelo qual os indivíduos são distinguidos e como diferem entre si nas variáveis de interesse para a investigação (e que Coutinho (2011) define como construtos, sendo que, “*uma variável é a operacionalização de um construto que pode tomar muitos valores*” (Schutt, 1999 e Smithson, 2000, citados em Coutinho, 2011)).

Quer Coutinho (2011) ou Sekaram e Bougie (2009) consideram quatro tipo de escalas³⁶. Por um lado, as escalas do tipo nominal e ordinal (dados não-métricos permitindo a

³⁶ Também Hill e Hill (2005) abordam exaustivamente este aspeto dedicando-lhe um capítulo específico na sua obra (pp. 105-117).

aplicação de modelos estatísticos não paramétricos) e, por outro lado, as escalas de intervalo e de razão ou rácio (dados métricos e, como tal, modelos de natureza paramétrica).

Por último, quanto ao tipo de respostas, concentramo-nos nos dois principais tipos de perguntas abertas ou fechadas. Como referem Hill e Hill (2005) “*a diferença entre perguntas abertas e perguntas fechadas situa-se essencialmente na forma como a resposta é dada*” (p. 93). Ghiglione e Matalon (1997) consideram que as perguntas abertas são aquelas em que a pessoa responde como quer, enquanto nas perguntas fechadas a questão é balizada por uma lista pré-estabelecida de respostas possíveis, sendo que o entrevistado indica a que melhor (ou melhores, dependendo se é mutuamente exclusiva ou não) corresponde à resposta que pretende dar.

De acordo com Hill e Hill (2005), é possível ter-se questionários que apenas contenham perguntas abertas, tal como com perguntas que sejam apenas fechadas, assim como, existem questionários que contêm as duas realidades. Neste caso, advogam que este tipo de questionário é útil para se obter informação qualitativa que complemente a informação quantitativa obtida pelas outras variáveis.

Foi efetuado um pré-teste aos questionários dos turistas, em núcleo restrito de participantes, cujos comentários foram tidos em consideração e ajudaram a alterar e melhorar algumas das questões nele incluídas. De acordo com Ghiglione e Matalon (1997) “*os pré-testes não devem ser entendidos apenas com um ensaio do questionário em pequena escala*”, sendo conveniente distinguir duas fases no pré-teste, sendo a primeira relacionada com as questões em si e, a segunda, com o questionário no seu todo e com as condições da sua aplicação (p. 156).

Do mesmo modo, foi efetuado um pré-teste para o questionário a levar a cabo junto dos *hostels*.

Por último, a aplicação de um breve questionário junto da hotelaria, com quem foram mantidas algumas reuniões sobre os objetivos em investigação (e que, nestes casos, até pelo conhecimento profissional dos inquiridos), permitiu alterar quer o conteúdo de algumas questões (tornando-as fechadas para diminuir o tempo de resposta e a taxa de recusa dos participantes) quer o modelo de resposta, através da *internet* com base em questionário *online*.

Não foi, contudo, tido em consideração alguns dos aspetos mais críticos numa fase de pré-teste. Por um lado, o facto de se recorrer a um núcleo restrito de participantes, todos eles conhecidos do investigador e a quem foi feito um enquadramento dos objetivos do questionário, não se coadunou com a realidade encontrada na sua aplicação real. Ou seja, os questionários foram aplicados pelos *hostels*, sem qualquer prévia explicação de objetivos aos turistas (muitas vezes deixados na zona da receção) o que poderá ter levado a maiores taxas de recusa na resposta ou a incompreensões em algumas perguntas formuladas, situações que seriam dirimidas perante um acompanhamento mais pessoal.

Do mesmo modo, a aplicação junto dos proprietários dos *hostels*, a quem foi dada uma explicação dos objetivos dos questionários, teve momentos diferentes na sua resposta, pois todos eles (com a exceção de quatro casos em Lisboa) responderam à *posteriori*, pelo que o questionário assumiu características de auto-administração.

A aplicação dos métodos e técnicas de observação propostos, desenvolvidos e aplicados nos pontos seguintes a cada um dos intervenientes, permitirá melhor compreender e interpretar a informação recolhida e seus significados.

5.8.2. Questionário junto da oferta dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto

Os questionários aos *hostels* foram, sempre que possível, aplicados por entrevista pessoal, preferencialmente com o proprietário ou diretor do *hostel*. Essa situação, por uma razão de logística foi mais fácil de empreender na cidade de Lisboa. Em todo o caso, o envio por meio eletrónico – até a pedido de alguns dos entrevistados –, foi sempre antecipado por contacto telefónico pessoal, de modo a sensibilizar o proprietário do *hostel* sobre a importância da sua resposta (e para reforço de que os resultados seriam igualmente úteis para uma melhor caracterização do setor).

Outra situação, igualmente comum, foi a sua auto-administração com recolha no local, ou seja, com os mesmos a serem entregues pessoalmente nos *hostels* e a serem respondidos e recolhidos à *posteriori*, situação do agrado da maioria dos entrevistados, pela flexibilidade demonstrada.

A primeira parte do questionário considerou um leque de questões fechadas, mas a parte final teve em atenção questões abertas, que visaram, acima de tudo, dar algum grau de

liberdade ao questionado, no sentido de lhe dar maiores opções de resposta sem estar condicionado por ideias ou respostas previamente balizadas.

Tabela 13

Questões do questionário aos proprietários/diretores dos *hostels*

Variável	Medida	Escala	Nº Pergunta	Objetivo da pergunta	Tipo de pergunta
Qualitativa	Políticas	Nominal	1	Identificação do <i>Hostel</i>	a
			5	Identificação do tipo de gestão	b
			6	Caracterização do grau de Associativismo	c
			7	Identificação do tipo de intervenção no <i>hostel</i>	e
			11	Valorização dos serviços e infraestruturas	a
			14	Identificação do tipo de sistema de reserva	j
			16	Caracterização dos canais de promoção do <i>hostel</i>	i
			18	Caracterização da procura ao longo da semana	b
			24	Identificação do meio de transporte utilizado pelos hóspedes	b
			26	Contributo dado pelas <i>low cost carriers</i> para o desenvolvimento do turismo na cidade	a
			28	Fatores que contribuíram para essa situação	a
			30	Contributo da Ryanair em Lisboa para o desenvolvimento do turismo e hotelaria	a
			31	Contributo da Ryanair para os <i>hostels</i>	a
			32	Contributo das <i>low cost carriers</i> para a diminuição de voos das <i>full service carriers</i>	b
			34	Razões para essa (ou não) ameaça	a
			36	Razões caso a legislação não esteja adequada	a
			37	Impactos para o turismo e hotelaria caso as <i>low cost carriers</i> deixassem de operar	a
			38	Impactos para os <i>hostels</i> caso as <i>low cost carriers</i> deixassem de operar	a
	Ordinal	Ordinal	8a	Caracterização dos preços médios por quarto individual	b
			8b	Caracterização dos preços médios por dormitório	b
			10b	Caracterização do grau de importância dos serviços e infraestruturas	b
			12b	Caracterização dos canais de distribuição	b
	Dicotómica	Nominal	20	Identificação da taxa de ocupação média/cama	b
			9a	Caracterização da sazonalidade por época	b
			9b	Caracterização da sazonalidade por semana	b
			10a	Caracterização dos serviços e infraestruturas oferecidos	b
			12a	Caracterização dos canais de distribuição oferecidos	b
			13	Identificação do sistema de reservas (<i>online</i>)	b
			27	Aparecimento dos <i>hostels</i> e relação com o desenvolvimento das <i>low cost carriers</i> para a cidade	b
			29	Relação entre as <i>low cost carriers</i> e a visita à cidade	b
Quantitativa	Discreta	-	3	Identificação da capacidade de alojamento	k
			4	Descrição da tipologia de alojamento	k
			2	Ano de abertura	k
	Contínua	-	15	Peso das reservas geradas por canal de distribuição	k
			17	Percentagem de hóspedes por nacionalidade	k
			19	Caracterização percentual do mercado do <i>hostel</i>	k
			21	Caracterização da idade média dos turistas	k
			22	Percentagem de turistas mochileiros (<i>backpackers</i>)	k
			23	Caracterização da estadia média dos hóspedes	k
			25	Percentagem de hóspedes via <i>low cost carriers</i>	k

Legenda: a) Resposta aberta e mutuamente exclusiva; b) Resposta fechada e mutuamente exclusiva; c) Resposta múltipla e fechada; d) Resposta múltipla e fechada (exceto na componente residual); e) Resposta fechada e mutuamente exclusiva (exceto na componente residual); f) Resposta múltipla (3 referências) e fechada (exceto na componente residual); g) Resposta múltipla (2 referências) e fechada (exceto na componente residual); h) Resposta fechada e mutuamente exclusiva (exceto na descrição do *website* - aberta e mutuamente exclusiva); i) Resposta múltipla e fechada (exceto na componente residual), sendo a última resposta mutuamente exclusiva; j) Resposta fechada e mutuamente exclusiva (com componente qualitativa mutuamente exclusiva); k) Resposta quantitativa; l) Resposta quantitativa (5 referências mutuamente exclusivas apresentadas em números pelo participante)

Fonte: Elaboração própria a partir do questionário (Anexo 13)

Situações existiram em que, mesmo após a entrega dos questionários e da explicação dos objetivos da investigação, os mesmos foram entregues em branco, quase sempre por razões de indisponibilidade de tempo ou, em menor escala, por não quererem revelar dados do próprio *hostel*, embora, propositadamente, o questionário não incluísse perguntas relacionados com dados sensíveis ao negócio (como volume de vendas, resultados operacionais ou líquidos, entre outros) e, mesmo a pergunta sobre a taxa de ocupação, deixava em aberto a possibilidade de não responder.

As questões de natureza qualitativa e quantitativa permitirão uma profunda caracterização do mercado *hostel*, não só nos aspetos mais operacionais, comerciais e, como desejável, em relação direta com os meios de transporte utilizados.

5.8.3. Questionário junto da procura nos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto

Na aplicação do questionário junto dos turistas, optou-se por perguntas fechadas (exceto na parte correspondente a “outras” opções), mutuamente exclusivas ou múltiplas, de modo a facilitar a sua resposta e se poder ter um maior grau de abrangência nas questões solicitadas.

Tabela 14

Questões do questionário aos turistas dos *hostels*

Variável	Medida	Escala	Nº Pergunta	Objetivo da pergunta	Tipo de pergunta
Qualitativa	Políticas	Nominal	1	Identificação da nacionalidade	a
			2	Identificação do país e cidade de residência	a
			3	Identificação do meio de transporte utilizado	d
			4	Identificação das razões de utilização das companhias aéreas tradicionais	d
			7	Identificação das razões de escolha da cidade	f
			8	Identificação da intenção de visita	b
			9	Identificação do motivo da visita	b
			10	Caracterização do modo de viajar	e
			12	Razões da preferência por <i>hostels</i>	g
			13	Razões da preferência pelo <i>hostel</i> utilizado	f
			15	Identificação da capacidade do dormitório	e
			16	Caracterização do tipo de bagagem utilizada	d
			17	Identificação do tipo de reserva	h
			23	Identificação dos planos de intenção de visita futura	b
			24	Meio de transporte a utilizar em visita futura	b
			25c	Caracterização demográfica – situação profissional	b
			25d	Caracterização demográfica – grau de instrução	b
			26	Identificação da companhia aérea de baixo custo	a
			27	Caracterização das razões de escolha	f
			31	Razões de não visita à cidade caso não existissem <i>low cost carriers</i>	a
		Ordinal	5	Identificação da duração da estadia na cidade	b
			18a	Caracterização dos serviços e infraestruturas	b
			18b	Caracterização do <i>ranking</i> de importância atribuída	l
			19	Identificação dos gastos diários	b
			21	Caracterização da satisfação com o <i>hostel</i>	b
			22	Caracterização da satisfação com a cidade	b
			25b	Caracterização demográfica – idade	b
		Dicotómica	25e	Caracterização demográfica - rendimento	b
			6	Identificação se é a primeira visita à cidade	b
			11	Identificação se é a primeira vez que fica em <i>hostels</i>	b
			14	Identificação do tipo de alojamento utilizado	b
			20	Comparação de preferências de estadia em <i>hostel</i> versus hotelaria	b
			25a	Caracterização demográfica - sexo	b
			30	Aferição da visita à cidade caso não existissem <i>low cost carriers</i>	b
Quantitativa	Discreta	-	28	Número de voos efetuados por ano em todos os tipos de companhias aéreas	k
			29	Número de voos efetuados por ano em companhias aéreas de baixo custo	k

Legenda: a) Resposta aberta e mutuamente exclusiva; b) Resposta fechada e mutuamente exclusiva; c) Resposta múltipla e fechada; d) Resposta múltipla e fechada (exceto na componente residual); e) Resposta fechada e mutuamente exclusiva (exceto na componente residual); f) Resposta múltipla (3 referências) e fechada (exceto na componente residual); g) Resposta múltipla (2 referências) e fechada (exceto na componente residual); h) Resposta fechada e mutuamente exclusiva (exceto na descrição do *website* - aberta e mutuamente exclusiva); i) Resposta múltipla e fechada (exceto na componente residual), sendo a última resposta mutuamente exclusiva; j) Resposta fechada e mutuamente exclusiva (com componente qualitativa mutuamente exclusiva); k) Resposta quantitativa; l) Resposta quantitativa (5 referências mutuamente exclusivas apresentadas em números pelo participante)

Fonte: Elaboração própria a partir do questionário (Anexo 14)

A tónica foi colocada, acima de tudo, nas questões inerentes à própria investigação, relacionando o tipo de transporte utilizado, sendo que, caso a resposta fosse pela utilização de companhias aéreas de baixo custo, a parte final do questionário levaria a

um leque de questões adicionais quanto à companhia aérea utilizada, razões na escolha, número de viagens efetuadas em avião e nas *low cost carriers* e, por último, caso não existissem companhias aéreas de baixo custo se visitariam a cidade.

Como se verifica, existe uma maior predominância de variáveis de natureza qualitativa, com as questões de natureza quantitativa e cingirem-se ao número de viagens efetuadas pela via aérea, como referido acima.

A caracterização de outras variáveis, de natureza demográfica, socioeconómica ou comercial, ajudam a situar o tema e as preferências dos turistas por este tipo de alojamento. Outras questões, mesmo que relacionadas indiretamente ao tema, ajudaram a fortalecer a análise e a relacionar outras variáveis com interesse na validação das hipóteses de investigação.

5.8.4. Questionário junto da oferta hoteleira nas cidades de Lisboa e Porto

Com o questionário aplicado à hotelaria das cidades de Lisboa e Porto pretendeu-se, como já mencionado, ficar a conhecer, por um lado, o impacto das companhias aéreas de baixo custo nas dormidas dessas unidades e, por outro lado, avaliar o grau de concorrência com os *hostels*.

Tabela 15

Questões do questionário aos estabelecimentos hoteleiros

Variável	Medida	Escala	Nº Pergunta	Objetivo da pergunta	Tipo de pergunta
Qualitativa	Políticas	Nominal	1	Nome do Hotel ou Cadeia Hoteleira	a
			2	Localização do(s) estabelecimento(s) hoteleiro(s)	b
			3	Classificação da(s) unidade(s)	b
			4	Contributo dado pelas <i>low cost carriers</i> para o desenvolvimento do turismo na cidade	a
			7	Fatores que contribuíram para essa situação	a
			8	Contributo da Ryanair em Lisboa para o desenvolvimento do turismo e hotelaria	a
			9	Contributo da Ryanair para o hotel	a
			12	Razões para essa (ou não) concorrência	a
			13	Impacto dos <i>hostels</i> na ocupação/quarto da unidade hoteleira	a
			14	Impactos no turismo e na hotelaria caso as <i>low cost carriers</i> deixassem de operar para a cidade	a
			16	Razões caso a legislação não esteja adequada	a
		Ordinal	5	Percentagem de dormidas, na sua unidade/grupo, com proveniência através das <i>Low Cost Carriers</i>	k
	Dicotómica	Nominal	6	Aparecimento dos <i>hostels</i> e relação com o desenvolvimento das <i>low cost carriers</i> para a cidade	k
			10	<i>Hostels</i> enquanto ameaça aos estabelecimentos hoteleiros	k
			11	<i>Hostels</i> enquanto concorrentes do hotel	k
			15	Legislação do alojamento local traduz as necessidades do mercado atual	k

Legenda: a) Resposta aberta e mutuamente exclusiva; b) Resposta fechada e mutuamente exclusiva; c) Resposta múltipla e fechada; d) Resposta múltipla e fechada (exceto na componente residual); e) Resposta fechada e mutuamente exclusiva (exceto na componente residual); f) Resposta múltipla (3 referências) e fechada (exceto na componente residual); g) Resposta múltipla (2 referências) e fechada (exceto na componente residual); h) Resposta fechada e mutuamente exclusiva (exceto na descrição do *website* - aberta e mutuamente exclusiva); i) Resposta múltipla e fechada (exceto na componente residual), sendo a última resposta mutuamente exclusiva; j) Resposta fechada e mutuamente exclusiva (com componente qualitativa mutuamente exclusiva); k) Resposta quantitativa; l) Resposta quantitativa (5 referências mutuamente exclusivas apresentadas em números pelo participante)

Fonte: Elaboração própria a partir do questionário (Anexo 15)

Deste modo, tentou-se indagar o universo de unidades hoteleiras em ambas as cidades, para todas as categorias de alojamento (hotéis de 5 estrelas até aos hotéis de 1 estrela).

Os resultados obtidos, como já anteriormente referido, evidenciam maiores dificuldades de resposta nas unidades de categoria inferior, onde a gestão é mais familiar e a relutância à cedência de informação maior.

As questões consideradas no inquérito *online* (de modo a se poder obter um maior número de respostas), consideraram, acima de tudo perguntas fechadas.

Algumas das questões formuladas relacionam-se igualmente com as perguntas efetuadas junto dos *hostels* (e painel de especialistas) de modo a se poder cruzar a informação e verificar a importância destas variáveis para a investigação e a respetiva sensibilidade de cada um dos prismas de análise.

5.8.5. Guião de entrevista/questionário junto do painel de especialistas

O quadro seguinte ilustra as várias entrevistas efetuadas, assim como, a taxa de resposta, bastante elevada e diversificada. Dos 20 elementos participantes no painel, foram efetuadas doze entrevistas, das quais onze gravadas e cujo conteúdo, devidamente revisto e aprovado pelos interlocutores, se encontram em Anexo à presente investigação. Das várias entrevistas efetuadas, apenas uma entidade não se mostrou receptiva à gravação e publicação da mesma. Mesmo assim, optou-se por proceder à anonimização dos participantes, apenas se identificando a entidade a que pertencem.

Também as respostas dadas por questionário (quatro respostas) se encontram em Anexo. As quinze participações encontram-se nos Anexos de entrevistas (entrevista 1 à entrevista 15).

Tabela 16

Painel de especialistas

Sector	Entidade	Entrevista	Questionário	Não participa	Data da entrevista/questionário	Entrevista
Administração Central	Turismo de Portugal	✓			30-mai-13	1
Administração local	Câmara Municipal de Lisboa	✓			11-jul-13	n.d.
	Câmara Municipal do Porto	✓			16-mai-13	2
	Associação de Turismo de Lisboa	✓			09-mai-13	3
	Associação de Turismo do Porto	✓			18-set-13	4
Aviação e Aeroportos	TAP Portugal	✓			07-mai-13	5
	ANA - Aeroporto de Lisboa	✓			13-mai-13	6
	ANA - Aeroporto do Porto	✓			15-mai-13	7
	EasyJet	✓			26-set-13	8
	Ryanair		✓		18-jun-13	9
Associações do setor	Confederação de Turismo de Portugal		✓		09-jul-13	10
	Associação Hostels de Portugal	✓			31-mai-13	11
	Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal	✓			31-mai-13	12
	Associação de Hotelaria de Portugal			✓		
	Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo	✓			03-jul-13	13
Distribuição turística	Associação Portuguesa de Agentes de Viagens e Turismo			✓	05-jul-13	
	Hostelbookers			✓		
	Hostelworld		✓		10-set-13	14
Centro de investigação	Booking			✓		
	Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo		✓		19-set-13	15

Fonte: Elaboração própria

O guião de entrevista deu liberdade aos inquiridos para poderem expressar os seus pontos de vista, embora sujeitos às perguntas mandatórias, de modo a se atingirem os objetivos inicialmente delineados e a se dar cabal e fundamentada resposta às hipóteses criadas para o efeito.

As seis primeiras questões foram iguais para todos os participantes, com as restantes a serem efetuadas em função do perfil do entrevistado, sua área de atuação e experiência profissional.

A tabela abaixo ajuda a identificar as várias questões efetuadas e os interlocutores a quem as mesmas foram dirigidas.

Tabela 17

Painel de especialistas (guião de entrevista)

Painel de especialistas	
Perguntas gerais	
1. Qual o contributo dado pelas <i>low cost carriers</i> para o desenvolvimento do turismo (e do número de turistas) na cidade?	
2. Considera que o aparecimento dos <i>hostels</i> na cidade está relacionado com o desenvolvimento das <i>low cost carriers</i> ?	
3. Se não existissem <i>low cost carriers</i> para a cidade, que impactos para o turismo e para o desenvolvimento dos <i>hostels</i> ?	
4. Que impacto poderia trazer, para o turismo e hotelaria da cidade, a criação de uma base operacional da <i>Ryanair</i> em Lisboa, como já várias vezes veiculado na imprensa?	
5. Considera que os <i>hostels</i> são (ou podem ser) uma ameaça aos estabelecimentos hoteleiros?	
6. Imagine que as <i>low cost carriers</i> decidiam deixar de operar para a cidade: que impactos no turismo, na hotelaria tradicional e nos <i>hostels</i> ?	
Perguntas específicas	
7. Considera que a atual legislação do alojamento local traduz as necessidades do mercado dos <i>hostels</i> ? Se não, o que precisa mudar?	TP, CMP, ATL, ATP, CTP, AHsP, AHRESP, APHORT
8. Possui algum estudo ou elementos que possam caracterizar a percentagem de procura de clientes utilizadores de <i>low cost carriers</i> nos estabelecimentos hoteleiros (hotelaria tradicional) nas cidades de Lisboa e Porto? E no caso dos <i>hostels</i> ?	TP, <i>easyJet</i> , <i>Ryanair</i> , CTP, AHsP, APHORT, <i>Hostelworld</i>
9. Não existe alguma injustiça na avaliação do mercado, colocando grande parte do mérito do desenvolvimento do turismo na cidade de Lisboa e Porto nas <i>low cost carriers</i> e esquecendo o papel desempenhado, ao longo dos anos, pelas <i>full service carriers</i> e em especial pela TAP?	TP, ATL, ATP, TAP, Aeropt. OPO, Aeropt. LIS, <i>easyJet</i> , <i>Ryanair</i> , CTP, AHRESP, APHORT
10. O equilíbrio entre apoios (subsídios) a companhias aéreas tradicionais e <i>low cost carriers</i> , como recentemente anunciado pelo Turismo de Portugal, não coloca em causa o desenvolvimento do turismo nas cidades, podendo levar a que algumas <i>low cost carriers</i> abandonem ou reduzam a sua operação?	TP, ATL, ATP, TAP, Aeropt. OPO, Aeropt. LIS, <i>easyJet</i> , <i>Ryanair</i> , CTP, AHRESP, APHORT

11. Será que o desenvolvimento do turismo nos <i>hostels</i> se fez à custa de um turismo igualmente <i>low cost</i> , assente num turismo jovem (muitas vezes designado de mochileiro (<i>backpackers</i>))?	TP, CMP, ATL, ATP, TAP, Aeropt. OPO, Aeropt. LIS, <i>easyJet</i> , <i>Ryanair</i> , CTP, AHsP, AHRESP, APHORT, <i>Hostelworld</i>
12. Existe algum registo histórico do número de <i>hostels</i> abertos (e em funcionamento) ao longo dos diferentes anos, assim como, estatísticas sobre o número de dormidas e taxas de ocupação nos <i>hostels</i> (ou alojamento local)?	CMP, ATL
13. Temos 15 <i>hostels</i> licenciados na cidade mas quando fazemos uma pesquisa às principais agências de viagens <i>online</i> encontramos quase o dobro. Esse desfasamento é porque essas empresas estão ainda à espera do seu licenciamento, depois de apresentarem o seu requerimento para exercerem a sua atividade?	CMP
14. Como e por quem é garantida a fiscalização do alojamento local?	CMP
15. Qual a percentagem de procura de clientes utilizadores de <i>low cost carriers</i> nos estabelecimentos hoteleiros (na cidade)? Existem alguns estudos disponíveis para o efeito?	CMP, ATL, ATP
16. Nas rotas europeias, em particular no aeroporto do Porto, tem-se assistido a uma transferência de voos das <i>full service carriers</i> para as <i>low cost carriers</i> . Essa situação decorre da perda de tráfego ou de alterações da estratégia comercial das <i>full service carriers</i> , nomeadamente da TAP?	TAP
17. Não existe uma elevada dependência de uma única companhia aérea <i>low cost</i> no aeroporto do Porto que, em outras situações, já mostrou que apenas está nos mercados enquanto houver apoios para a sua permanência? Que medidas para evitar essa excessiva dependência?	Aeropt. OPO
18. Recentemente a Associação de <i>Hostels</i> de Portugal assinou um protocolo com a AHRESP. Não existe alguma contrariedade entre as posições da hotelaria (também representada pela AHRESP) e os <i>hostels</i> ? Que pontos podem ser trabalhados em conjunto e em complementaridade?	AHsP, AHRESP
19. Estamos a assistir a um grande desenvolvimento dos <i>hostels</i> no mercado? Não estamos a caminhar para um excesso de oferta com um desfecho trágico para muitas unidades? Que impactos para as unidades já existentes?	AHsP
20. Face a esse enquadramento, que valores médios de taxas de ocupação/cama dos <i>hostels</i> na cidade de Lisboa e Porto e qual o seu comportamento nos últimos anos?	AHsP
21. Existe alguma segmentação definida sobre o que é um <i>hostel</i> pequeno, um <i>hostel</i> médio ou um <i>hostel</i> grande?	AHsP
22. Existe algum padrão que defina o comportamento de sazonalidade num <i>hostel</i> ?	AHsP
23. Which are the criteria's to accept lodging (hotels, <i>hostels</i> , apartments) in your website? Do you require	<i>Hostelworld</i>

any legal document showing that premise is approved?	
24. Do you have any quality control despite the guest reviews in your website?	<i>Hostelworld</i>
25. During last year's Lisbon and Porto were well positioned in terms of awards. Nevertheless we can note the situation is not improving. Is this due to an increase of competition and quality from other <i>hostels</i> /markets or the need to diversify to other markets? Any other reasons?	<i>Hostelworld</i>

Os questionários respondidos pelos membros estrangeiros mantiveram-se na língua original para permitirem uma melhor leitura dos objetivos neles expressos.

Foram igualmente efetuadas entrevistas nas Pousadas de Juventude que visaram, acima de tudo, uma caracterização do negócio e do mercado. As entrevistas foram efetuadas com a Direção Central da rede de Pousadas, assim como, com nas Pousadas de Lisboa (Andrade Corvo e Parque das Nações) e do Porto.

No caso do painel nacional, apenas a AHP e a APAVT não participaram. Embora a posição da APAVT ajudasse a melhor enquadrar a distribuição turística nacional e o seu relacionamento com os *hostels* (conforme discutido em reunião efetuada na sede da própria APAVT em 5 de julho de 2013), sem dúvida que, pela sua importância para a investigação, a posição da AHP teria sido importante para dar complementaridade aos inquéritos levados a cabo junto dos estabelecimentos hoteleiros. Os motivos evocados pela AHP, em *mail* recebido a 21 de junho de 2013, são por si só explicativos: “(...) *não nos parece, assim, ter nada a dizer, visto que não é esse o nosso target.* (...)”.

No entanto, em entrevista à revista *Dirhotel* (2013), a Presidente da Direção Executiva da AHP deixava claro, quanto aos *hostels* que “(...) *há claramente um segmento de procura e corresponde a uma nova tipologia que carece de regulamentação, posto que as normas não foram pensadas e não estão adequadas a esta realidade. (...) A regulamentação, por isso, tem de ir no sentido de separar responsabilidades, consagrar os hostels* (...)”. Posição que vem ao encontro do próprio Presidente da AHP quando, em entrevista à revista especializada *Publituris* Hotelaria defendia que este tipo de oferta configura uma concorrência desleal, porque em termos de higiene e segurança não tinham as mesmas exigências que tem a hotelaria (Monteiro, 2013b). De acordo com o Presidente da AHP, o novo diploma deveria redefinir a instalação, funcionamento e fiscalização deste tipo de alojamento.

Só a distribuição turística também apresentou limitações à participação. As três OTAs identificadas perfazem a quase totalidade das reservas através desse canal de distribuição. Por outro lado, o processo de aquisição, em abril de 2013, da *Hostelbookers* pela *Hostelworld*, já detentora da *Hostels.com* (Hilliard, 2013) e o processo de fusão entre ambas, anunciado em agosto de 2013 (Hostelworld, 2013), limitou a amostra a apenas dois participantes.

A diversidade de atores participantes no painel de especialistas, independentemente das associações e outras entidades não participantes, permitiu reunir um leque extremamente rico de informação, cujo tratamento, permitirá consolidar muitas das vertentes e questões em análise e validar (ou não) as hipóteses em estudo.

5.9. A formulação das hipóteses e sua relação com os instrumentos de observação

Mesmo tendo sido objeto de maior desenvolvimento e enquadramento ao longo deste capítulo, achou-se importante efetuar a ligação entre os aspetos mais conceptuais das hipóteses de investigação (assente no trabalho levado a cabo nos diferentes capítulos de revisão da literatura e análise de dados) e os aspetos considerados mais operacionais (traduzido, neste caso, nas questões formuladas através dos vários inquéritos e entrevistas para obtenção de informação relevante e original sobre o tema) e aplicados nas cidades de Lisboa e Porto.

Nem sempre a relação é direta com as perguntas colocadas nos inquéritos e entrevistas visando-se, entre outros aspetos, alargar o âmbito de intervenção para melhor se explorar o tema. Do mesmo modo, algumas questões foram colocadas visando obter complementaridade ao tema e/ou para sua posterior integração neste ou em outros trabalhos de investigação³⁷, dada a escassez de informação de cariz científico sobre o estudo dos *hostels*.

Do mesmo modo, nem toda a informação trabalhada conceptualmente teve ligação direta na aplicação nos métodos de observação utilizados. A título de exemplo refira-se que o desenvolvimento dado aos processos de liberalização no transporte aéreo foram fundamentais para a génese das companhias aéreas de baixo custo mas, porque

³⁷ A questão colocada no inquérito à oferta dos *hostels* sobre a reabilitação e requalificação dos mesmos permitiu a realização de um artigo científico publicado na revista *Tourism and Hospitality International Journal* (Abrantes, 2014b).

históricos, não foram explorados, de forma direta, nas questões formuladas na investigação em curso.

Deste modo, tem-se para cada uma das várias hipóteses trabalhadas, os seguintes enquadramentos:

Hipótese 1. *As companhias aéreas de baixo custo vieram contribuir para o desenvolvimento do turismo*, visando caracterizar a relação entre turismo e transporte aéreo e os diferentes modelos de negócio.

Tabela 18

Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 1)

Hipótese 1 – As companhias aéreas de baixo custo vieram contribuir para o desenvolvimento do turismo	
Enquadramento conceptual	
Relação entre transportes (aéreo) e turismo	2.1.; 2.2.; 2.3.; 2.5.; 2.6.; 6.2.; 6.3.; 7.2.
Caracterização das companhias aéreas e baixo custo na sua génese e interligação com os diferentes modelos de negócios	3.2.; 3.4.; 3.5.; 3.9.
Relação entre as companhias aéreas de baixo custo e turismo	3.7.; 3.8.; 6.6.
Contributo das companhias aéreas de baixo custo nas cidades de Lisboa e Porto	6.4.; 6.5.; 7.2.
Enquadramento operacional	
Contributo das companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo nas cidades	QOH 26 – QEH 4 – PE 1
Inexistência de companhias aéreas de baixo custo para a cidade	QOH 29 – PE 3
Percentagem de dormidas/hóspedes com origem nas companhias aéreas de baixo custo	PE 8 – PE 15
Impacto da criação de uma base operacional da <i>Ryanair</i> em Lisboa	QOH 30; QOH 36 – QEH 8; QEH 9 – PE 4
Aparecimento das companhias aéreas de baixo custo na(s) cidade(s) e diminuição de voos nas companhias aéreas tradicionais	QOH 32 – PE 16
Impacto caso as companhias aéreas de baixo custo deixassem de voar para a(s) cidade(s)	QOH 37 – QEH 14 – PE 6

Nota: QPH – Questionário junto da procura nos *hostels*; QOH – Questionário junto da oferta nos *hostels*; QEH – Questionário junto dos estabelecimentos hoteleiros; PE – Paineis de especialistas

Fonte: Elaboração própria

Hipótese 2. *As companhias aéreas de baixo custo vieram contribuir para o aparecimento e crescimento dos hostels*, visando-se, neste caso, enaltecer os diferentes modelos de negócio assentes no preço (*low cost*), o desenvolvimento deste modelo de alojamento e sua aplicação nas cidades de Lisboa e Porto.

Tabela 19

Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 2)

Hipótese 2 – As companhias aéreas de baixo custo vieram contribuir para o aparecimento e crescimento dos <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto	
Enquadramento conceptual	
Caracterização do fenómeno <i>low cost</i> e das companhias aéreas de baixo custo	3.1.; 3.5.4.; 3.6.; 6.6.
Caracterização do mercado <i>hostel</i> : sua génese e evolução	4.2.2.; 4.2.3.; 4.4.; 6.7.
Evolução dos <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto	7.3.; 7.4.
Enquadramento operacional	
Aparecimento dos <i>hostels</i> e sua relação com as companhias aéreas de baixo custo	QOH 27; QOH 28 – QEH 6; QEH 7 – PE 2
Criação de uma base operacional da <i>Ryanair</i> em Lisboa	QOH 31 – PE 4
Percentagem de dormidas/hóspedes com origem nas companhias aéreas de baixo custo	QOH 25 – PE 8
Impacto caso as companhias aéreas de baixo custo deixassem de voar para a(s) cidade(s)	QOH 38 – PE 6

Nota: QPH – Questionário junto da procura nos *hostels*; QOH – Questionário junto da oferta nos *hostels*; QEH – Questionário junto dos estabelecimentos hoteleiros; PE – Painel de especialistas

Fonte: Elaboração própria

Hipótese 3. *Os clientes dos hostels preferem voar nas companhias aéreas de baixo custo*, visando enaltecer quer a vertente do transporte, assim como, as variáveis direta ou indiretamente ligadas ao preço.

Tabela 20

Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 3)

Hipótese 3 – Os clientes dos <i>hostels</i> preferem voar nas companhias aéreas de baixo custo	
Enquadramento conceptual	
Caracterização dos clientes dos <i>hostels</i>	4.2.1.; 4.2.2.; 4.2.3.
Relação das companhias de baixo custo e <i>hostels</i> e a importância da variável preço	3.2.; 3.3.; 3.8.; 6.7.
Contributo das companhias aéreas de baixo custo nas cidades de Lisboa e Porto	7.2.
Enquadramento operacional (transporte aéreo)	
Companhias aéreas de baixo custo como o principal meio de transporte utilizado pelos clientes dos <i>hostels</i>	QOH 24 – QPH 3
O preço como a razão principal na utilização das companhias aéreas de baixo custo	QPH 27
Maioria dos voos dos clientes dos <i>hostels</i> em companhias aéreas de baixo custo	QPH 28; QPH 29
Inexistência de companhias aéreas de baixo custo e a não visita da(s) cidade(s)	QPH 30
Utilização de outras companhias aéreas tradicionais motivados por fatores não relacionados com preço (horário, falta de alternativas, inexistência de companhias aéreas de baixo custo, etc.)	QPH 4
Futura visita à(s) cidade(s) manterá preferência em companhias aéreas de baixo custo	QPH 24

Enquadramento operacional (económico)	
Preferência pelos <i>hostels</i> pelo fator preço	QPH 12; QPH 13 – QOH 8; QOH 9
Preferência por dormitórios	QPH 14; QPH 15 – QOH 4
Gasto diário reduzido	QPH 19 – QOH 8; QOH 9
Rendimento anual baixo	QPH 25e
Preferência por <i>backpacking</i>	QPH 16 – QOH 22 – PE 11
Utilização prévia de <i>hostels</i>	QPH 11

Nota: QPH – Questionário junto da procura nos *hostels*; QOH – Questionário junto da oferta nos *hostels*; QEH – Questionário junto dos estabelecimentos hoteleiros; PE – Paineis de especialistas

Fonte: Elaboração própria

Hipótese 4. *O turismo jovem é essencial para os hostels*, visando-se, neste ponto, enaltecer a relação entre turismo jovem, independência nas escolhas de viagem e na utilização de ferramentas tecnológicas e, indiretamente, na valorização de serviços e infraestruturas nos *hostels*.

Tabela 21

Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 4)

Hipótese 4 – O turismo jovem é essencial para os <i>hostels</i>	
Enquadramento conceptual	
Caracterização do turismo jovem e independente	4.1.; 4.2.1.; 4.2.2.
Relação entre turismo jovem e <i>hostels</i>	4.2.3.; 6.7.
Evidências do turismo jovem e <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto	7.3.; 7.7.
Enquadramento operacional	
Idade dos turistas nos <i>hostels</i>	QPH 25b – QOH 21
Preferência por viajar sozinho	QPH 10
Motivo da viagem	QPH 9 – QOH 19
Visita da cidade ou de outras cidades do país	QPH 6
Utilização de ferramentas tecnológicas na reserva da viagem	QPH 17 – QOH 12 a QOH 16
Serviços e infraestruturas alinhados com preferências dos clientes dos <i>hostels</i>	QPH 18 – QOH 10; QOH 11
Grau de satisfação com o <i>hostel</i>	QPH 21

Nota: QPH – Questionário junto da procura nos *hostels*; QOH – Questionário junto da oferta nos *hostels*; QEH – Questionário junto dos estabelecimentos hoteleiros; PE – Paineis de especialistas

Fonte: Elaboração própria

Hipótese 5. *Os hostels não são uma ameaça para a hotelaria*, visando-se dar resposta ao enquadramento deste modelo de alojamento e seus impactos nos estabelecimentos hoteleiros, assim como, os níveis de ocupação proporcionados pelas companhias aéreas de baixo custo.

Tabela 22

Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 5)

Hipótese 5 – Os <i>hostels</i> não são uma ameaça para a hotelaria	
Enquadramento conceptual	
Distinção do conceito <i>hostel versus</i> hotelaria	4.2.3.2.; 4.2.3.3.
Enquadramento da oferta <i>hostel</i>	4.2.3.1.; 6.7.; 7.3.; 7.7.
Importância da economia colaborativa nos modelos de negócio do alojamento	4.3.
Níveis de procura nos modelos de alojamento	7.3.2.; 7.6.; 7.8.
Enquadramento operacional	
Ameaça aos estabelecimentos hoteleiros	QEH 10 – QOH 33; QOH 34 – PE 5
Conceitos concorrentes	QEH 11; QEH 12
Impacto dos <i>hostels</i> na ocupação dos estabelecimentos hoteleiros	QEH 13
Legislação adequada às necessidades do mercado	QEH 15; QEH 16 – QOH 35; QOH 36 – PE 7
Ocupação por cama dos <i>hostels</i>	QOH 20
Percentagem hóspedes vindos através das companhias aéreas de baixo custo	QOH 25 – QEH 5
Preferência <i>hostel/hotel</i> em igualdade de preços	QPH 20
Gestão e relação de associativismo/cadeia	QOH 5; QOH 6
Reabilitação urbana dos <i>hostels</i>	QOH 7

Nota: QPH – Questionário junto da procura nos *hostels*; QOH – Questionário junto da oferta nos *hostels*; QEH – Questionário junto dos estabelecimentos hoteleiros; PE – Painel de especialistas

Fonte: Elaboração própria

Hipótese 6. *As cidades de Lisboa e Porto tiveram comportamentos idênticos no mercado dos hostels e das companhias aéreas de baixo custo, não só no lado da procura mas também na oferta e desenvolvimento de rotas.*

Tabela 23

Relação dos instrumentos de observação com a hipótese (hipótese 6)

Hipótese 6 - As cidades de Lisboa e Porto tiveram comportamentos idênticos no mercado dos <i>hostels</i> e das companhias aéreas de baixo custo	
Enquadramento conceptual	
Caracterização do mercado do transporte aéreo em Lisboa e Porto	6.5.
Companhias aéreas de baixo custo em Lisboa e Porto	7.2.
Caracterização do mercado dos <i>hostels</i> em Lisboa e Porto	7.3.
Enquadramento operacional	
Razões pela visita à cidade	QPH 5
Primeira visita à cidade	QPH 4
Estada média na cidade	QPH 6 – QOH 23
Razões da visita	QPH 9 – QOH 19
Meio de transporte utilizado	QPH 3
Se companhia aérea de baixo custo, razão da escolha dessa companhia	QPH 27
Primeira vez num <i>hostel</i>	QPH 11
Opção por este <i>hostel</i>	QPH 13
Satisfação pelo <i>hostel</i>	QPH 21
Satisfação pela cidade	QPH 22

Planos para visita futura à cidade	QPH 23
Caracterização sócio-demográfica	QPH 25b; QPH 25c; QPH 25d; QPH 25e

Nota: QPH – Questionário junto da procura nos *hostels*; QOH – Questionário junto da oferta nos *hostels*; QEH – Questionário junto dos estabelecimentos hoteleiros; PE – Paineis de especialistas

Fonte: Elaboração própria

A relação encetada anteriormente, enaltecendo as diferentes hipóteses de investigação com os instrumentos de observação aplicados nas cidades de Lisboa e Porto, permitiram criar as condições para a esperada validação das hipóteses.

5.10. Enquadramento crítico da metodologia proposta

Tomando como ponto de partida metodológico as etapas do procedimento preconizadas por Quivy e Campenhoudt (2008), o objetivo principal deste capítulo sobre metodologia foi elucidar as principais etapas, ações, pesquisas e ferramentas utilizadas, visando a conceção de uma investigação válida do ponto de vista científico.

Tal como afirmado por Quivy e Campenhoudt (2008) no parágrafo inicial da sua obra, “*a investigação em ciências sociais segue um procedimento análogo ao do pesquisador de petróleo. Não é perfurando ao acaso que este encontrará o que precisa*”. Do mesmo modo que, antes de perfurar é preciso planejar e estudar para depois agir, também em metodologia existe um caminho (ou, como os autores referem, um método de trabalho) que permita que “*o investigador seja capaz de conceber e de pôr em prática um dispositivo para a elucidação do real (...)*” (p. 15).

Como mencionam os autores, “*um procedimento é uma forma de progredir em direcção a um objectivo. Expôr o procedimento científico consiste, portanto, em descrever os princípios fundamentais a pôr em prática em qualquer trabalho de investigação. Os métodos não são mais do que formalizações particulares do procedimento, percursos diferentes concebidos para estarem mais adaptados aos fenómenos ou domínios estudados.*” (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 25).

O método aplicado à presente investigação teve em consideração as diferentes etapas do procedimento científico, tendo igualmente cumprido os três atos fundamentais desse mesmo procedimento ao nível da rutura, da construção e da verificação (ou experimentação).

Olhando-se para a primeira etapa, a pergunta de partida visou enunciar a importância que os novos modelos de transporte aéreo podem ter trazido para o desenvolvimento de novos modelos de alojamento. Ao nos interrogarmos sobre se “*As companhias aéreas de baixo custo contribuíram para o desenvolvimento dos hostels?*” estamos, por um lado, a equacionar do ponto de vista mais conceptual e empírico, a informação de base (seja em fontes primárias ou secundárias) que ajuda a caracterizar a temática mas, ao mesmo tempo, a colocar a tónica na realidade de um tema, na ordem do dia, cujos contributos, ainda não testados e que serão aplicados às cidades de Lisboa e Porto, ajudarão ao desenvolvimento da própria ciência.

O modelo de análise, com base nas pesquisas efetuadas e sistematizadas ao longo da presente investigação, assentes num trabalho de recolha teórica de fontes de informação que ajudassem a melhor caracterizar os fundamentos teóricos inerentes à pergunta de partida, teve igualmente e acima de tudo, um trabalho de campo complexo, moroso e diversificado que permitiu analisar de forma direta, indireta e complementar as principais variáveis em estudo.

Para tal, foram vários os métodos de observação utilizados junto da procura e da oferta dos *hostels*, junto da hotelaria em geral, assim como, junto de um conjunto alargado e diversificado de especialistas que ajudaram a enquadrar, balizar e fundamentar muitas das questões formuladas na investigação.

A aposta em questionários e entrevistas, com maior ou menor profundidade de análise dos seus interlocutores, permitiram enquadrar a temática, complementar a análise e comportamentos dos fenómenos em observação e responder às hipóteses de investigação formuladas.

O trabalho de campo permitiu detetar algumas vulnerabilidades e limitações, que inicialmente se consideravam debeladas, as quais, não pondo em causa o trabalho desenvolvido, importa mencionar.

Os pré-testes elaborados em “circuito fechado” e onde os objetivos foram devidamente explicitados nos vários inquéritos, foram totalmente ineficazes face à realidade operacional nos *hostels*. Como tal, não houve oportunidade humana (pelos inúmeros *hostels* já existentes), temporal ou comercial (muitos dos *hostels* definiram logo, à partida, que a distribuição dos questionários seria feita por eles, porque eram quem

conhecia ou estava em contacto direto com o cliente) para explicar os objetivos do questionários e das respetivas perguntas.

Reconhece-se igualmente que a pergunta 18 do questionário dos turistas (pergunta 10 do questionário dos *hostels*) se mostrou contraproducente e desincentivadora à resposta. Apesar do objetivo inicial visar contrastar a oferta e a procura quanto à importância dos vários serviços num *hostel* e do seu grau de importância, muitos dos questionários anulados terminaram o seu preenchimento neste quadro e muitas foram igualmente as respostas em branco a esta pergunta. Do mesmo modo, o facto de se misturarem, na mesma pergunta, duas escalas de ponderação contraditórias não ajudou à resposta, podendo ter igualmente confundido alguns dos participantes na amostra. Como mencionado inicialmente, estas situações seriam minimizadas, caso a explicação tivesse sido proporcionada aos turistas aquando do seu preenchimento ou aos próprios *hostels* (quase sempre sem tempo – ou mesmo paciência – para escutar convenientemente os objetivos a que a investigação se propunha).

Considera-se igualmente que a pergunta três do questionário dos turistas poderia ter sido mais objetiva, quanto ao principal meio de transporte utilizado na deslocação até Portugal. Para distância mais longas, e muitas vezes referenciados nos questionários, pode existir uma combinação de meios de transporte, do mesmo modo que muitos dos turistas podem utilizar companhias aéreas regulares até à Europa e depois optar por outros meios de transporte nas suas deslocações dentro da Europa ou na visita específica a determinados países. Isso mesmo ressalta da entrevista ao Diretor da *easyJet* em Portugal, quando reafirma que muitos dos turistas de destinos de longo curso optam pela *easyJet* para se movimentarem dentro da Europa.

Não deixa de ser importante referir que, para muitos turistas, a diferença entre uma companhia tradicional (*full service carrier*) e uma companhia de baixo custo (*low cost carrier*) é muito ténue. Em alguns questionários foi indicada a opção de utilização de companhia aérea *low cost* como meio de transporte, referindo-se a companhias como a TAP (a maioria dos casos), *Air Transat* ou *Austrian Airlines*, entre outras. Mais importante que a caracterização do modelo de negócio é o preço pago pelos clientes, levando-os a catalogar as companhias em função do benefício percebido e do preço efetivamente pago.

Apesar do número expressivo de questionários recolhidos em Lisboa e no Porto, só uma atitude persistente junto dos *hostels* levou aos resultados obtidos. Muitos dos questionários dos *hostels* ficaram “esquecidos” dentro dos envelopes, sem aplicação aos turistas. A falta de tempo, a falta de motivação e de interesse de muitos dos *hostels*, a inclusão de uma nova rotina (gratuita) na atividade da receção, o “bombardeamento” com outros pedidos simultâneos de informação e preenchimento de outros inquéritos e a perda dos questionários, foram os principais obstáculos encontrados ao longo do período de trabalho de campo. Por outro lado, as estadias mais curtas, os sucessivos pedidos de preenchimento de questionários e de *reviews* de reservas e a falta de tempo/motivação foram dos principais motivos indicados pelos *hostels* para a falta de participação dos seus clientes.

Quanto às entrevistas houve grande abertura da maioria dos participantes, algumas vezes condicionadas por razões de agenda. As perguntas do corpo comum (que cruzaram a informação com algumas das questões igualmente colocadas à hotelaria e aos proprietários dos *hostels*) visaram recolher um leque alargado de opiniões, embora ciente das dificuldades de resposta, quando o tema estava fora da área profissional de atuação dos entrevistados.

Considera-se que, em função dos objetivos inicialmente delineados, as limitações decorrentes dos questionários, seja nas perguntas enunciadas seja na taxa de resposta a essas mesmas perguntas, não colocam em causa os procedimentos e o método científico, assim como, a consistência e validade da análise levada a cabo na presente investigação.

5.11. Conclusões do capítulo

Pretendeu-se, ao longo deste capítulo da investigação, enaltecer os principais aspetos metodológicos, obedecendo aos procedimentos recomendados em investigação científica em ciências sociais e, em particular, no que ao turismo e à sua multidisciplinaridade diz respeito.

Tomando como base o guião proposto por Quivy e Campenhoudt (2008), a presente investigação respeitou a “*hierarquia dos atos epistemológicos*” defendida por Bordieu *et al.* (1968, citado em Quivy & Campenhoudt, 2008), quanto à rutura, construção e verificação (a ser avaliada no capítulo 8) e respetivas etapas do procedimento científico.

Privilegiou-se a fundamentação teórica que permitisse dar sustentabilidade aos aspetos mais práticos decorrentes da natureza do próprio tema da investigação (tema extremamente atual, operacional e, como tal, muito assente na observação direta). A transposição dessa estrutura científica de base para a presente investigação deu-lhe maior robustez teórica, obedecendo a uma interdependência entre as diferentes fases da investigação, sem perder a temática que lhe está subjacente.

Neste contexto, a formulação do problema, através da pergunta de partida, e a definição dos objetivos da investigação e as hipóteses de investigação, cruzadas com os instrumentos de observação, permitiram criar um quadro coerente, objetivo e focado, com base num modelo de análise que desse resposta às hipóteses lançadas e à pergunta de partida formulada.

Os métodos de observação adotados (diretos e indiretos) e as correspondentes técnicas aplicadas, desde a revisão bibliográfica em si à construção de inquéritos segmentados pelas realidades em estudo e às entrevistas levadas a cabo junto de um painel alargado de especialistas, permitiram encarar a análise e discussão dos resultados com maior solidez e robustez.

Considera-se, assim, que a metodologia adotada ao longo deste trabalho de investigação e, em particular, neste capítulo, respeitou o processo metodológico e científico, defendido por muitos autores aqui referenciados em matérias ligadas à investigação científica em ciências sociais e em turismo, o que permitiu dar resposta, dentro das limitações igualmente expressas, aos objetivos pretendidos com a presente investigação.

Parte IV – Estudo Empírico

6. Indicadores quantitativos e qualitativos de análise: turismo, transporte aéreo e o binómio turismo jovem/*hostels*

6.1. Enquadramento

O principal objetivo deste ponto é, acima de tudo, evidenciar alguns dos principais indicadores que ajudem a caracterizar o setor do turismo e, igualmente, o setor da aviação comercial.

Partir-se-á de um enquadramento mais abrangente, ou seja, de uma análise dos grandes números em turismo (em especial ao nível das chegadas e receitas) e em aviação (também aqui ao nível dos passageiros transportados e receitas/rentabilidade do setor).

Ir-se-á proceder igualmente a uma caracterização destes indicadores para a realidade nacional. Se é certo que existe bastante informação ao nível do turismo, a informação relativamente à aviação comercial está mais limitada, pelo que a análise será confinada a números de tráfego transportado nos aeroportos do continente (naquilo que foi ainda possível obter antes da ANA ter limitado o acesso aos dados estatísticos) e a outros indicadores disponibilizados pela ANAC e Banco de Portugal (BP).

Os indicadores de natureza mais regional, diretamente ligados às cidades de Lisboa e Porto serão analisados no capítulo seguinte, onde se fará uma abordagem mais operacional ao nível das companhias aéreas de baixo custo e *hostels* nessas cidades.

É certo que à medida que vamos afunilando e especializando a nossa análise, maiores são as dificuldades na obtenção de informação estatística.

6.2. Turismo Internacional

6.2.1. Impactos económicos

O turismo tem, ao longo dos anos, assumido uma posição de relevo e dado um contributo essencial e importantíssimo para o desenvolvimento das economias mundiais.

Dados apurados pela OMT (UNWTO, 2015b) e apresentados na figura seguinte, resumem os principais indicadores económicos ligados ao turismo, com as exportações

geradas pelo turismo internacional (6% das exportações mundiais) a atingirem os 1,47 bilhões de *Usd* e representando 30% das exportações mundiais de bens e serviços.



Fonte: Retirado de UNWTO (2015b)

Fig. 30. O turismo mundial em 2014

Mesmo considerando potenciais limitações decorrentes da utilização de metodologias diferentes³⁸, também o *WTTC* salienta a tendência positiva dos diferentes indicadores, ao longo dos anos, com especial relevância para o reforço do contributo para o PIB e para o emprego, situação que sairá reforçada no horizonte 2025, como espelhado na Figura 31 da página seguinte (WTTC, 2014b; WTTC, 2015c):

- O contributo total do turismo no PIB está estimado, como mencionado, em 9,8% em 2014 (7580,9 mil milhões de *Usd*), uma evolução dos 9,5% em 2013 (6990,3 mil milhões de *Usd*). Espera-se que, em 2025, esse valor suba para os 10,5% do PIB mundial representando, nesse ano, os 11.381,9 mil milhões de *Usd*;
- O setor do turismo empregou, em 2014, 276,8 milhões de profissionais, representando 9,4% do total do emprego (mais 0,5 pontos percentuais do total do emprego que em 2013), esperando-se que represente 356,9 milhões de trabalhadores em 2025 (10,7% do total do emprego);

³⁸ Mesmo assim o *WTTC* deixa claro na sua Nota Metodológica que “Using actual and estimated data, we apply the UN Statistics Division-approved Tourism Satellite Accounts methodology (TSA:RMF 2008) to quantify the direct contribution of Travel & Tourism.” (WTTC, 2015d). O Anexo 17 apresenta os diferentes tipos de contribuição para o turismo ao nível dos impactos diretos, indiretos e induzidos.

- As receitas de exportação relativas aos visitantes internacionais passarão dos 1383,8 mil milhões de *Usd* (1295,6 mil milhões de *Usd* em 2013) para os 2140,1 mil milhões de *Usd* em 2025, representando, um crescimento médio anual de 4,2% por ano entre 2015 e 2025;
- Os investimentos no turismo passarão dos 814,4 mil milhões de *Usd* em 2014 (mais 59,8 mil milhões de *Usd* que em 2013), para os 1336,4 mil milhões de *Usd* em 2025, representando 4,9% do total do investimento.

World	2014 USDbn ¹	2014 % of total	2015 Growth ²	USDbn ¹	2025 % of total	Growth ³
Direct contribution to GDP	2,364.8	3.1	3.7	3,593.2	3.3	3.9
Total contribution to GDP	7,580.9	9.8	3.7	11,381.9	10.5	3.8
Direct contribution to employment ⁴	105,408	3.6	2.0	130,694	3.9	2.0
Total contribution to employment ⁴	276,845	9.4	2.6	356,911	10.7	2.3
Visitor exports	1,383.8	5.7	2.8	2,140.1	5.6	4.2
Domestic spending	3,642.1	4.7	3.7	5,465.0	4.1	3.8
Leisure spending	3,850.2	2.3	3.3	5,928.8	2.5	4.1
Business spending	1,175.7	0.7	4.0	1,679.0	0.7	3.2
Capital investment	814.4	4.3	4.8	1,336.4	4.9	4.6

¹2014 constant prices & exchange rates; ²2015 real growth adjusted for inflation (%); ³2015-2025 annualised real growth adjusted for inflation (%); ⁴000 jobs

Fonte: Retirado de WTTC (2015c)

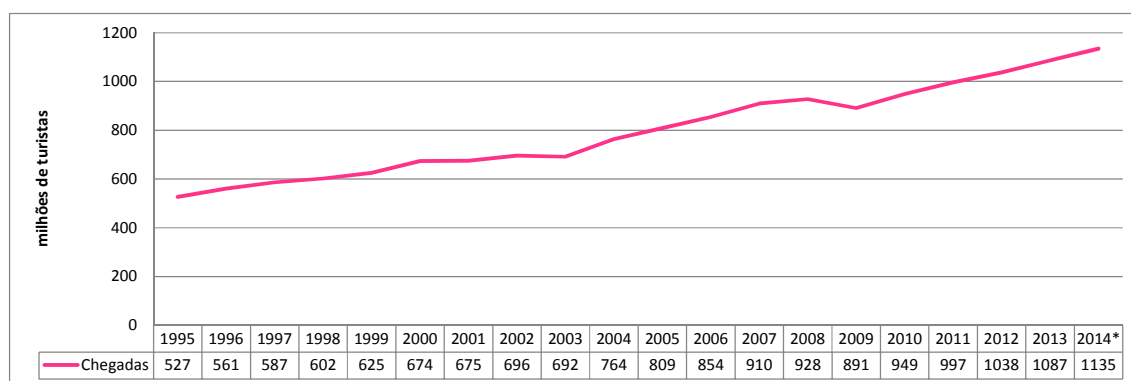
Fig. 31. Indicadores de turismo (2014-2025)

Uma análise comparativa com outros setores de atividade mostra que o turismo está à frente de indústrias e setores de atividade tradicionais como a indústria química, mineira ou mesmo automobilística (WTTC, 2013).

O Anexo 16, retirado de *World Travel & Tourism Council* (WTTC, 2015c, p. 20), evidencia de forma bastante elucidativa os impactos económicos, diretos e indiretos do turismo.

6.2.2. Chegadas de turistas internacionais

Dados recolhidos junto da OMT (UNWTO, 2015b), apontam para que as chegadas de turistas internacionais tenham crescido 4,4% em 2014, para um volume global na ordem dos 1135 milhões de turistas. Depois de ter ultrapassado, pela primeira vez, em 2012, a fasquia dos mil milhões de turistas – 1038 milhões de chegadas de turistas internacionais – o turismo voltou a registar valores *record* face a 2013.



Fonte: Elaboração própria a partir de dados da OMT

* Dados Provisórios

Fig. 32. Chegadas de turistas internacionais (1995-2014)

Estimativas para 2015 apontam para a manutenção da tendência de crescimento das chegadas de turistas internacionais entre 3 e 4%, com maiores aumentos na região da Ásia (4 a 5%). A Europa manter-se-á em linha com as previsões mundiais.

Uma análise para as diferentes regiões no Mundo (UNWTO, 2015b) permite identificar diferentes comportamentos, ao longo de 2014, com a região das Américas a registar o maior crescimento percentual (8,0%), seguida da região da Ásia e Pacífico (5,4%).

Tabela 24

Chegadas de turistas internacionais por região (milhões)

Regiões	1990	1995	2000	2005	2010	2012		2013*		2014*	
Europa	261,1	304,0	386,4	452,9	488,3	539,6	10,5%	566,3	4,9%	583,6	3,1%
Ásia e Pacífico	55,8	82,0	110,3	154,0	205,4	233,8	13,8%	249,8	6,8%	263,4	5,4%
América	92,8	109,1	128,2	133,3	150,5	162,5	8,0%	168,1	3,4%	181,5	8,0%
África	14,7	18,7	26,2	34,8	49,7	52,2	5,0%	54,7	4,8%	55,8	2,0%
Oriente Médio	9,6	13,7	22,4	33,7	54,7	49,8	-9,0%	48,2	-3,2%	50,4	4,6%
Mundo	434,0	527,5	673,5	808,7	948,6	1.037,9	9,4%	1.087,1	4,7%	1.134,7	4,4%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da OMT

* Dados Provisórios

A crise no Médio Oriente continua a refletir-se nas chegadas de turistas internacionais. No entanto, após três anos de decréscimo, esta região regista uma recuperação nas chegadas de turistas internacionais em 4,6%. A Europa (3,1%) e a África (2%) registam os crescimentos mais modestos face a 2013.

Do mesmo modo, a análise das chegadas internacionais por região, permite-nos perceber algumas alterações do padrão das chegadas ao longo do tempo:

- ✓ A Europa, principal região recetora de turistas internacionais, continua a ser responsável por mais de 50% das chegadas (51,4%, embora com quebras ano após anos, já que, em 1990, o seu peso era superior a 60,2%);

- ✓ A Ásia e Pacífico (23,2%, ou seja, mais 10,3 p.p. que em 1990), é atualmente a segunda região, depois de ter destronado a América desta posição em 2002, região que tem registado as menores taxas de crescimento ao longo dos anos, (apesar da recuperação em 2014) representando 16% das chegadas de turistas neste ano;
- ✓ A África e o Médio Oriente são as regiões que apresentam um menor peso relativo, apesar dos níveis de crescimento ao longo dos anos. De facto, a África tinha um peso de 3,4%, em 1990, sendo agora de 4,9%, enquanto no Médio Oriente o peso era 2,2%, em 1990, passando para os 4,4% em 2013. A crise do Médio Oriente, com as taxas negativas ao longo dos anos, tem levado a uma diminuição gradual do seu peso nos últimos anos (em 2010, o Médio Oriente tinha um peso de 5,8%).

Visando contrariar a perda de importância no mercado mundial nos últimos anos, a Comissão Europeia (European Commission, 2010a) decidiu tomar uma série de medidas (traduzidas na comunicação COM (2010) 352, de 30 de Junho), com o objetivo de manter a Europa como o primeiro destino mundial, consubstanciada em 21 ações – conforme MEMO/10/289 de 30 de Junho (European Commission, 2010b) – assentes em quatro vetores estratégicos:

- Melhorar a competitividade do setor do turismo na Europa;
- Promover o desenvolvimento de um turismo sustentável, responsável e orientado para a qualidade;
- Consolidar a imagem e a visibilidade da Europa como um conjunto de destinos sustentáveis e de grande qualidade; e,
- Favorecer a integração do turismo nas políticas da UE e nos instrumentos financeiros.

Olhando para os principais mercados, o *Top 5* mundial tem sido liderado, desde 1990, pela França. Os dados para 2014 mostram que a Espanha consolidou a 3ª posição, com 65 milhões de chegadas de turistas internacionais (a China terá registado 55,6 milhões de turistas, uma nova quebra face ao ano anterior e abaixo dos valores registados em 2010).

Tabela 25

Chegadas de turistas internacionais (principais mercados)

Ranking	1990	2000	2005	2010		2011		2012		2013		2014*		2014/13
				País	(10 ⁶)	País	(10 ⁶)	País	(10 ⁶)	País	(10 ⁶)	País	(10 ⁶)	
1	França	França	França	França	77,6	França	81,6	França	82	França	83,6	França	83,7	0,1%
2	E.U.A.	E.U.A.	Espanha	E.U.A.	60	E.U.A.	62,7	E.U.A.	66,7	E.U.A.	69,9	E.U.A.	74,7	6,9%
3	Espanha	Espanha	E.U.A.	China	55,7	China	57,6	China	57,7	Espanha	60,7	Espanha	65	7,1%
4	Itália	Itália	China	Espanha	52,7	Espanha	56,2	Espanha	57,5	China	55,7	China	55,6	-0,2%
5	Áustria	China	Itália	Itália	43,6	Itália	46,1	Itália	46,4	Itália	47,7	Itália	48,6	1,9%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da OMT

* Dados Provisórios

O Anexo 18 retrata, de forma mais objetiva, o comportamento dos principais mercados ao longo dos anos, com o mercado dos E.U.A. a aproximar-se da liderança, como potencial principal mercado de chegadas de turistas internacionais.

Quanto ao meio de transporte utilizado, como já reproduzido igualmente na Tabela 1, verifica-se que, em 2002, o transporte aéreo conseguiu, pela primeira vez, ser o meio de transporte mais utilizado por turistas. Em 2008, o transporte aéreo representou, pela primeira vez, mais de metade das chegadas dos turistas internacionais (52%), posição que viu reforçada em 2009 (53%). No entanto, após os efeitos da crise internacional e de crise de confiança nos consumidores, das flutuações do preço do petróleo e do vulcão *Eyjafjallajökull* (que fechou os céus europeus em abril de 2010 e provocou prejuízos estimados em 1,7 mil milhões de *Usd* – IATA, 2010), entre outros fatores, as chegadas de turistas pela via aérea voltou a crescer, atingindo um novo máximo percentual em 2014 (54%).

Tabela 26

Chegadas de turistas internacionais por meio de transporte

Meio de Transporte (%)	1990	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014*
Aéreo	38,5%	42,9%	45,3%	51,0%	51,0%	52,0%	53,0%	54,0%
Terrestre	47,3%	44,1%	42,9%	41,0%	41,0%	40,0%	40,0%	39,0%
Ferroviário	6,3%	4,8%	4,1%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
Marítimo	7,6%	7,9%	7,3%	6,0%	6,0%	6,0%	5,0%	5,0%
Não especificado	0,3%	0,3%	0,4%	-	-	-	-	-
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da OMT

* Dados Provisórios

A evolução ao longo dos anos permite evidenciar, de forma clara, a importância que o transporte aéreo tem vindo a representar para o desenvolvimento do turismo, passando dos 38,5% em 1990 para os 42,9% em 2000 e para os 54% em 2014 (ou seja, mais 15,5 pontos percentuais desde 1990).

Embora tenha ficado claro o contributo dado pelas companhias aéreas, em especial pelas companhias aéreas de baixo custo, para o desenvolvimento do turismo, como retratado na Tabela 6 e no enquadramento conceptual entre turismo e transportes, com maior relevância para os transportes aéreos, certo é que, como referem Cunha e Abrantes (2013), “(...) o avião e os seus progressos tecnológicos permitiram aproximar as fronteiras e provocaram a expansão do turismo internacional.” (p. 332). Como referem igualmente, foi a evolução do transporte aéreo que teve um papel decisivo no turismo internacional, no decurso das últimas quatro décadas, tornando-o acessível a vastas camadas da população, principalmente com o desenvolvimento dos voos fretados (*charter flights*), a partir dos anos 1960, e com o desenvolvimento das companhias aéreas de baixo custo (*low cost airlines*), com a desregulamentação a partir de 1978 (p. 342).

Em contrapartida, as maiores descidas quanto ao meio de transporte utilizado verificam-se nos transportes terrestres, quer nos transportes por estrada, quer por via férrea, passando dos 53,6%, em 1990, para os 39%, em 2014 (valor mais baixo de sempre). A via marítima, apesar do ressurgimento da atividade de cruzeiros, tem vindo igualmente a perder peso ao longo dos anos, representando 5% das chegadas de turistas internacionais, em 2014 (7,6% em 1990). Apesar do aumento dos turistas utilizadores deste meio de transporte, a dinâmica do transporte aéreo acaba por reduzir o peso relativo dos outros meios utilizados.

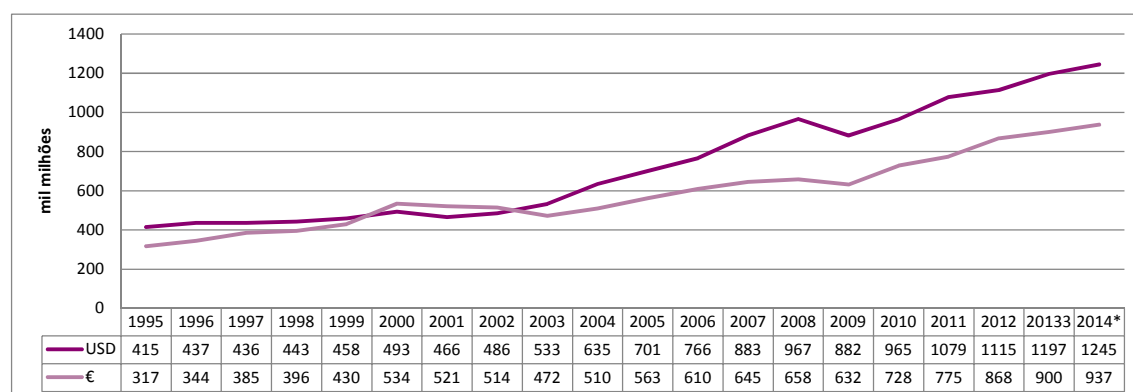
Numa análise às chegadas do turismo internacional por motivo de visita conclui-se que o lazer, recreação e férias é responsável por mais de metade dos turistas internacionais (53%). Ao longo dos anos tem existido pouca variação nos motivos de visita, com os maiores aumentos relacionados com VFA (27% em 2014), por compensação dos motivos de lazer, recreação e férias (56% em 1990). O segmento de negócios tem-se mantido estável ao longo dos anos, na ordem dos 14% das chegadas de turistas internacionais.

A dinâmica de crescimento ao nível das chegadas de turistas internacionais, com novos máximos históricos, acompanhada por idêntica tendência na utilização do meio aéreo, deixa boas perspetivas para que ambos continuem a ter um papel decisivo para o desenvolvimento do turismo mundial.

6.2.3. Receitas do turismo internacional

Analisando-se, neste ponto, o comportamento das receitas derivadas do turismo internacional verifica-se que as mesmas, tal como nas chegadas de turistas internacionais, cresceram em 2014, para um volume global na ordem dos 1245 mil milhões de *Usd*, o que representa, um crescimento de 4% face a 2013.

Com exceção do ano de 2001 e do ano de 2009, derivado dos atentados ao *World Trade Centre* (WTC), em Nova Iorque e da crise financeira (e, em menor escala, em 1997, mais uma vez fruto da instabilidade das economias mundiais), todos os restantes anos têm registado, um crescimento contínuo ao longo do período em análise, com uma maior vitalidade das receitas do turismo mundial, a partir da década de 2000, como se constata na figura abaixo.



Fonte: Elaboração própria a partir de dados da OMT

* Dados Provisórios

Fig. 33. Receitas de turistas internacionais (1995-2014)

Uma análise pelas diferentes regiões no Mundo permite identificar uma consonância com o comportamento das chegadas de turistas, com crescimentos mais expressivos no Ásia e Pacífico (4,5%) e no Médio Oriente (9,1%), região caracterizada por elevada volatilidade em função de acontecimentos com impacto direto nos fluxos turísticos.

Tabela 27

Receitas de turistas internacionais por região

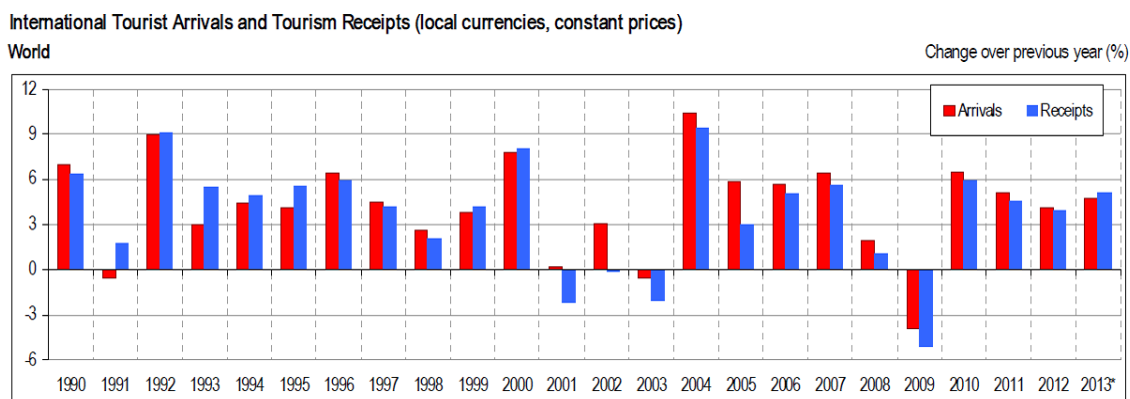
Regiões	1990	1995	2000	2005	2010	2011		2012		2013		2014*	
						Valor	Var.	Valor	Var.	Valor	Var.	Valor	Var.
Europa	142,0	211,1	231,3	350,3	411,4	464,7	13,0%	454,1	-2,3%	491,7	8,3%	508,8	3,5%
Ásia e Pacífico	41,2	76,0	85,3	135,0	255,9	301,5	17,8%	329,0	9,1%	360,7	9,6%	376,9	4,5%
América	69,2	98,4	130,8	145,3	180,9	198,5	9,7%	249,1	25,5%	264,4	6,1%	274,0	3,6%
África	6,4	8,5	10,4	21,8	30,4	32,7	7,6%	34,4	5,2%	35,1	2,0%	36,2	3,1%
Oriente Médio	5,1	11,0	17,5	27,3	52,0	44,8	-13,8%	48,0	7,1%	45,1	-6,0%	49,2	9,1%
Mundo	263,9	405,0	475,3	679,7	930,6	1.042,2	12,0%	1.114,6	6,9%	1.197,0	7,4%	1.245,1	4,0%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da OMT

* Dados Provisórios (Valor = mM *Usd*)

Se em termos de chegadas de turistas internacionais, a Europa consegue mais de metade das entradas, no que respeita às receitas, a Europa lidera igualmente, mas com 40,9% das receitas mundiais. Em 1990, a Europa detinha mais de 50% das receitas de turistas internacionais – 53,8% – com o decréscimo da sua importância ao longo dos anos, em detrimento do aumento da posição da região da Ásia e Pacífico (atualmente a segunda região mais importante, depois de ter destronado a América desta posição, em 2006, representando 30,5% das receitas de turismo mundial). Em 1990, o peso desta região ascendia aos 15,6%, quase duplicando a sua importância em finais de 2014.

Não deixa de ser importante correlacionar as chegadas de turistas com as receitas geradas, pelo que, na figura seguinte (UNWTO, 2015c) se pode concluir pela forte correlação positiva entre estas duas variáveis ao longo dos anos. Só nos anos de 1991, 2001 e 2002 existem variações contrárias entre as chegadas e as receitas de turistas internacionais.



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Fonte: Retirado de UNWTO (2015c)

* Dados Provisórios

Fig. 34. Chegadas e Receitas do turismo internacional (1990-2013)

A análise efetuada entre as chegadas de turistas e as receitas internacionais (em *Usd*), no período entre 1995 a 2014, evidencia um coeficiente de correlação de 0,9854.

Olhando para os principais mercados, o *Top 5* mundial das receitas internacionais de turistas, tem sido assumido, pelos E.U.A. (nas chegadas, como vimos anteriormente, é a França que tem liderado, mas com os E.U.A. a aproximarem-se rapidamente).

Como se constata, os E.U.A. têm liderado ao longo dos anos, com a segunda posição consolidada pela Espanha. A China conseguiu destronar a França, relegando-a para o quarto lugar. No entanto, caso se considere a soma dos mercados da China, Macau e

Hong Kong (este último com 38,4 mil milhões de *Usd* em 2014) este mercado, há muito, teria ascendido à vice-liderança do turismo mundial.

Tabela 28

Ranking das receitas de turismo internacional (*Usd*)

Ranking	2000	2005	2010	2011		2012		2013		2014*		2014/13
				País	(10 ⁹)	País	(10 ⁹)	País	(10 ⁹)	País	(10 ⁹)	
1	E.U.A.	E.U.A.	E.U.A.	E.U.A.	150,9	E.U.A.	161,2	E.U.A.	173,1	E.U.A.	177	2,3%
2	França	Espanha	Espanha	Espanha	60	Espanha	58,2	Espanha	62,6	Espanha	65,2	4,2%
3	Espanha	França	França	França	54,8	França	53,7	França	56,7	China	56,9	10,1%
4	Itália	Itália	China	China	48,5	China	50	Macau	51,8	França	55,4	-2,3%
5	R. Unido	R. Unido	Itália	Itália	43	Macau	43,9	China	51,7	Macau	50,8	-1,9%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da OMT

* Dados Provisórios

O comportamento evidenciado ao longo dos anos nas receitas de turismo internacional por mercado, com os E.U.A. a reforçarem a sua liderança ano após ano, encontra-se espelhado no Anexo 19.

Quanto às despesas do turismo internacional, a China tornou-se, a partir de 2012, no principal mercado mundial, com um crescimento exponencial a partir dessa data (Anexo 20).

6.3. Transporte Aéreo

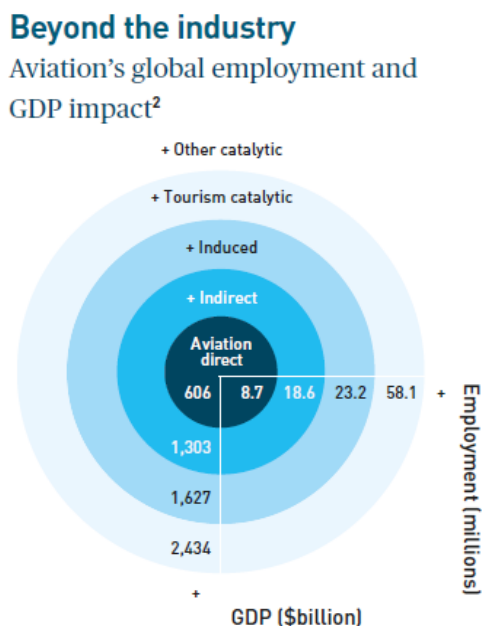
6.3.1. Impactos económicos

Tendo em atenção o preconizado pelo *Air Transport Action Group* (ATAG), a indústria do transporte aéreo é uma parte vital da crescente economia mundial globalizada, facilitadora do crescimento das trocas comerciais, turismo e investimentos, além de facilitadora de fluxos e ligações entre pessoas e entre continentes (ATAG, 2008).

Numa caracterização mais aprofundada das principais atividades da indústria do transporte aéreo, sempre de acordo com o ATAG, podemos identificar dois grandes grupos e três níveis de impactos:

- ✓ O setor da aviação civil que inclui aeroportos, companhias aéreas, serviços de navegação aérea e as atividades de apoio aos passageiros ou serviços de carga aérea; e,
- ✓ O setor aeroespacial civil que inclui a produção e manutenção de sistemas, células e motores, assim como, equipamento específico de aviação de utilização terrestre.

De acordo com a Oxford Economics (2005), mencionado em ATAG (2014), os impactos diretos, indiretos e induzidos, traduzidos no Anexo 21, e incluindo os efeitos transversais aos vários setores económicos, correspondem a 2,4 bilhões de *Usd* representando 3,4% do Produto Mundial, sendo responsável pela criação de 58,1 milhões de empregos (dos quais 606 mil milhões de *Usd* e 8,7 milhões de empregos resultam de impactos diretos).



Fonte: Retirado de ATAG (2014)

Fig. 35. Impactos económicos da aviação

Uma das principais conclusões desse relatório, tal como já enaltecido no relatório de 2005, prende-se com a correlação existente entre transporte aéreo e turismo. Como mencionado, “*aviation is indispensable for tourism, which is a major engine for economic growth (...)*” (ATAG, 2014, p. 4).

Diariamente, cerca de 8,6 milhões de passageiros são transportados em mais de 99,7 mil voos, assim como, bens e serviços avaliados em 17,5 mil milhões de *Usd*, valores que atestam a importância do transporte aéreo para o desenvolvimento do turismo.

6.3.2. Estatísticas de tráfego

A aviação comercial tem assistido, ao longo dos anos, a vários fenómenos conjunturais quase sempre não controláveis, que têm tido forte impacto na sua evolução. Mesmo

assim, e apesar das várias crises verificadas neste setor, tem denotado uma impressionante capacidade de reação e recuperação rápida.

Doganis (2010) considera que a indústria da aviação internacional é complexa, dinâmica e sujeita a rápidas mudanças e inovação.

Apesar de existirem dados disponíveis desde 1929, ao nível dos *Revenue Passenger Kilometers* (RPKs) e *Revenue Available Kilometers* (RAKs) (A4A, 2014), só em três momentos nos últimos 90 anos, se verificaram quebras na procura do transporte aéreo internacional (quer em RPKs quer em número de passageiros transportados³⁹):

- em 1991 (-2,6% em RPKs e passageiros), aquando da invasão do Koweit pelo Iraque e da 1ª Guerra do Golfo;
- em 2001 (-2,9% em RPKs e -1,9% em passageiros), devido aos atentados às Torres Gémeas do WTC a 11 de setembro; e,
- em 2009 (-1,1% em RPKs e -0,4% em passageiros), devido à crise financeira internacional, pandemia da Gripe A e retração na confiança dos consumidores.

Para Doganis (2002, 2010), os vários períodos enunciados, embora agravados por situações disruptivas, são o corolário de períodos de crise anteriores que motivaram estes comportamentos. A invasão do Koweit pelo Iraque, em 2 de agosto de 1990 e consequente conflito armado, em janeiro de 1991, apenas veio contribuir para agravar uma situação negativa iniciada em 1990 com a escalada dos preços do petróleo e que levou a que várias companhias aéreas abandonassem o mercado nesse ano (*Eastern Airlines, Air Europe, Midway, TEA* e a mítica *Pan Am*).

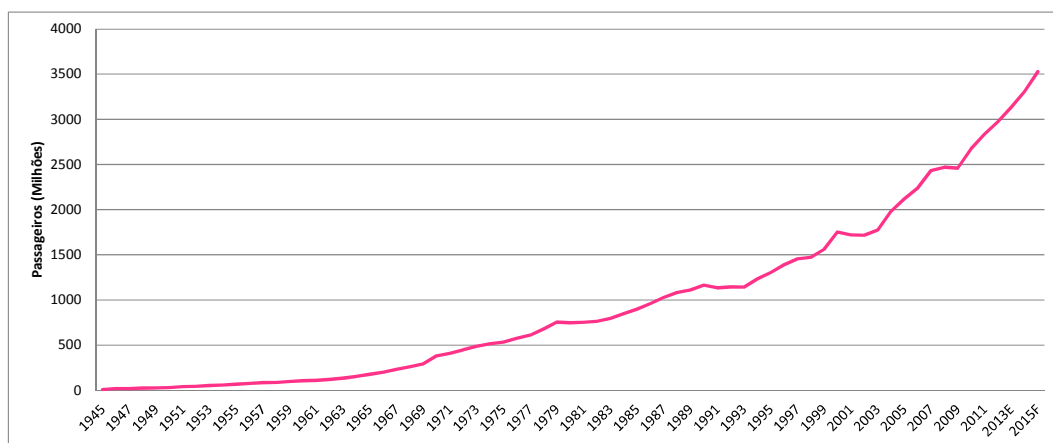
Também em 2001, os sinais de recessão eram já evidentes com as companhias a apresentarem resultados, em 2000, bastante negativos (a *TWA*, outra companhia aérea mítica da história da aviação pediu proteção contra falência em janeiro de 2001, sendo mais tarde integrada na *American Airlines*), tendo o 11 de setembro só vindo precipitar

³⁹ Nos anos de 1980 (-0,8%, devido à guerra Irão-Iraque), 1993 (-0,3%, devido à crise internacional) e em 2002 (-0,1%, devido aos efeitos do 11 de setembro) o número de passageiros decresceu igualmente face ao ano anterior. No caso dos RPKs os seus valores mantiveram-se crescentes.

o que se preconizava de uma indústria em recessão, com a falência de inúmeras companhias aéreas, incluindo a *Swissair* (Suíça) e *Sabena* (Bélgica), entre outras.

A situação de 2009, para Doganis (2010), decorre de três motivos primordiais: primeiro, o aumento do preço do *jet fuel*, que atingiu um valor *record*; segundo, os efeitos continuados desse preço do combustível, devido a ações de proteção de risco de combustíveis (*hedging*), levando a que as companhias continuassem a pagar o combustível a um preço elevado; e, terceiro, o colapso do sistema financeiro e bancário, com a falência do *Lehman Brothers*, em setembro desse ano, originando uma grave crise de confiança no sistema financeiro e, em especial, na confiança dos consumidores (p. 19).

Em 2014, a aviação mundial irá atingir um novo máximo histórico, com 3306 milhões de passageiros, ou seja, um crescimento de 5,5% face a 2013.



Fonte: Elaboração própria a partir de dados da A4A (2014) e IATA (2014a; 2014b)

Fig. 36. Tráfego mundial de passageiros (1945-2015)

Em termos de *RPKs*, a aviação mundial atingirá, em 2014, os 6126 mil milhões de *kms* voados, ou seja, mais 5,7% que em 2013, com um *load factor* de passageiros nos 79,9%. Previsões para 2015 apontam para um crescimento de 7% nos *RPKs* na ordem dos 6552 mil milhões de *kms* e um *load factor* de passageiros nos 79,6%, fruto do crescimento esperado dos *ASKs* de 7,3% (IATA, 2014a).

Olhando para a evolução sentida pelo tráfego mundial de passageiros desde o fim da II Guerra Mundial, pode-se afirmar que este tem crescido de forma sustentada (e quase exponencial) ao longo dos últimos 60 anos. Previsões para 2015, efetuadas em finais de 2014, apontavam para um crescimento na ordem dos 6,8%, atingindo os 3530 milhões

de passageiros, ou seja, pulverizando os valores *record* atingidos em 2014. Dados corrigidos na previsão de junho de 2015 (IATA, 2015a) vêm aumentar este valor, já de si recordista, em mais 12 milhões, para os 3542 milhões de passageiros.

6.3.3. Rentabilidade do transporte aéreo

Apesar do crescimento evidenciado pelos principais indicadores operacionais ao longo dos anos, os indicadores de rentabilidade têm mostrado um setor com elevada volatilidade, com níveis de rentabilidade extremamente baixos face ao risco assumido e aos proveitos globais gerados. Alguns fatores têm contribuído de forma decisiva para este comportamento verificado ao longo dos últimos anos, afetando o tráfego de passageiros e/ou a rentabilidade registada.

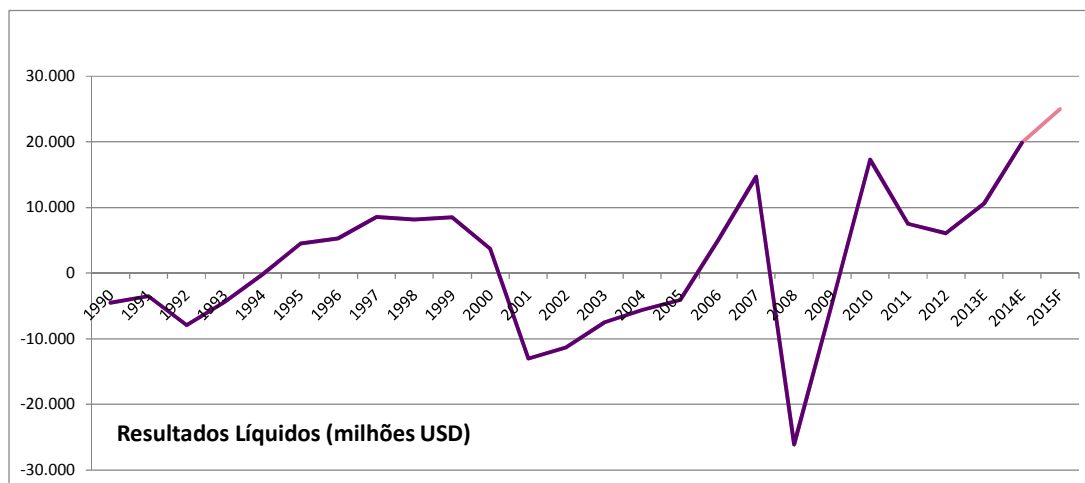
Desde 1947 que existe informação disponível sobre a rentabilidade do transporte aéreo mundial. Ao longo dos 69 anos de análise, 36 deles registaram resultados líquidos positivos, com 33 anos com *performance* negativa (A4A, 2014; IATA, 2014a), informação que se encontra detalhada quer sobre os valores da rentabilidade do transporte aéreo quer dos seus resultados operacionais e líquidos no Anexo 22.

Apesar dos valores dos proveitos gerados mundialmente serem bastante expressivos, na ordem dos 789 mil milhões de *Usd* previstos para 2014, a rentabilidade das vendas continua a ser diminuta, situando-se nos 2,7% (mais 1,2 p.p. que em 2013, onde se situou nos 1,5%)⁴⁰.

Previsões para 2015, realizadas em finais de 2014, apontavam para crescimentos significativos dos resultados líquidos da indústria do transporte aéreo, para valores *record* na ordem dos 25 mil milhões de *Usd*, com uma rentabilidade das vendas nos 3,2% e rentabilidade do capital investido (*ROIC*) nos 7% (IATA, 2014a).

Dados atualizados em junho de 2015 (IATA, 2015a) apontam para um reforço dos resultados líquidos da indústria do transporte aéreo para os 29,3 mil milhões de *Usd*, representando uma margem de 4%.

⁴⁰ A IATA alterou, em 2014, a sua informação de gestão de natureza económica passando dos *Financial Forecast*, que editava trimestralmente, para um novo relatório semestral relativo ao *Economic Performance of the Airline Industry*.



Fonte: Elaboração própria a partir de dados da A4A (2014) e IATA (2014a)

Fig. 37. Evolução da rentabilidade do Transporte Aéreo (1990-2015)

O impacto e a volatilidade dos preços do petróleo constituem a mais importante fonte de incerteza macroeconómica para 2015, mas só as empresas aéreas que não tenham efetuado operações de cobertura de risco (*hedging*) poderão beneficiar da queda dos preços verificada em finais de 2014 e início de 2015 (Airline Leader, 2015b).

Globalmente, os processos de liberalização dos E.U.A. e da Europa e a continuada pressão para a queda continuada dos *yields*; as variações conjunturais do preço do petróleo e, conseqüentemente, do *jet fuel*; o abrandamento das economias mundiais e a instabilidade político-económica mundial; os efeitos do terrorismo internacional; as economias de escala, com impacto nos custos unitários e a política de alianças e de consolidação do transporte aéreo são algumas das razões apontadas para este comportamento volátil da rentabilidade do transporte aéreo mundial (Doganis, 2006, 2010; Vasigh *et al.*, 2008).

Mesmo assim, tal como para o turismo, a aviação comercial regista novos máximos em tráfego transportado, esperando-se que, em finais de 2015, possa igualmente anunciar os melhores resultados de sempre ao nível da rentabilidade do transporte aéreo.

6.4. O Turismo em Portugal

6.4.1. Impactos económicos

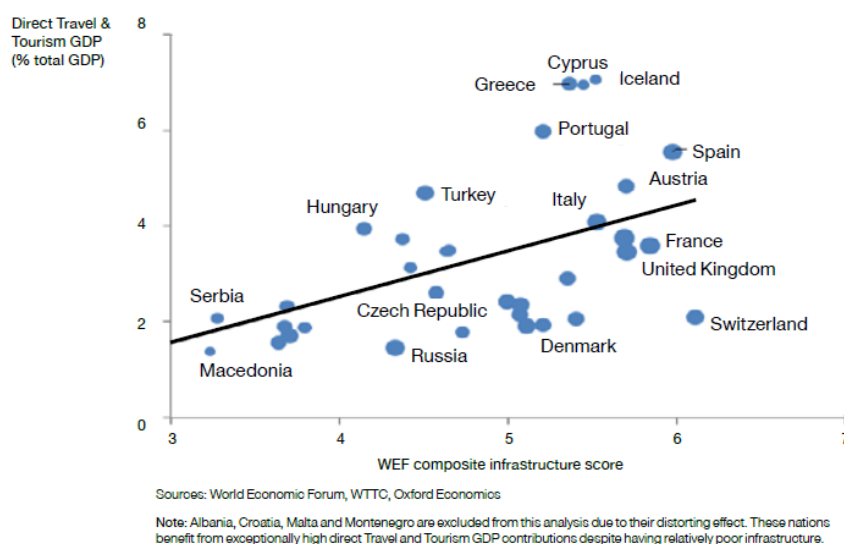
O turismo tem tido um grande contributo para o PIB, assim como, para a exportação de bens e serviços, atingindo valores máximos mês após mês. Esse vigor e importância do

turismo tem sido reconhecido nacional e internacionalmente com Portugal a integrar, em 2015, o *Top 10* europeu do *Global Travel & Tourism Competitiveness Index* da WEF (2015), uma subida de cinco posições no *ranking*, face a 2014, depois de seis anos em queda e “*igualando a melhor posição de sempre obtida em 2008, (...) um sinal que estamos no caminho certo.*” (Turisver, 2015).

De acordo com o WTTC (2014a; 2015b) o contributo direto do turismo em Portugal ascendeu, em 2014, aos 10,4 mil milhões de euros (9,5 mil milhões de euros em 2013), representando 6% do PIB (mais 0,2 p.p. que em 2013), sendo que o contributo global, nesse ano, representou 27,3 mil milhões de euros (mais 1,7 mil milhões de euros), ou seja, 15,7% do PIB (+ 0,4 p.p. que em 2013).

Também em termos de emprego direto, de acordo com a mesma fonte, o setor do turismo é responsável por 337 mil empregos (322 mil empregos em 2013), sendo que o emprego total, incluindo o emprego indireto e induzido, ascende aos 18,4% do emprego total, representando 831,5 mil empregos (um crescimento de 13 mil empregos face a 2013).

A conjugação das infraestruturas de rede (*infrastructure networks*) com o PIB direto em viagens e turismo, em 2014, mostra que Portugal atingiu níveis acima da média de outros países europeus:



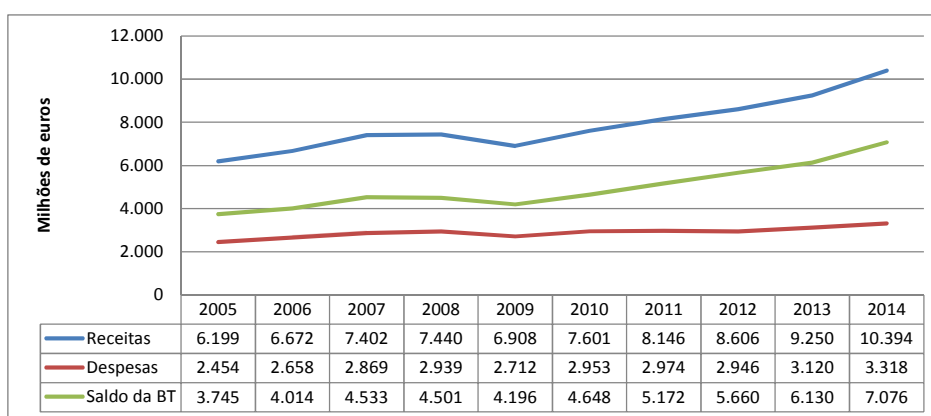
Fonte: Retirado de WTTC (2015a)

Fig. 38. Relação entre infraestruturas de rede e contributo para o PIB (2014)

Num horizonte até 2025, o *WTTC* estima que o contributo direto do turismo em Portugal cresça a uma média anual de 2,5% entre 2015-2025 ascendendo aos 13,7 mil milhões de euros e representando 6,9% do PIB (33,6 mil milhões de euros de contributo total, ou seja, 17% do PIB). Quanto ao emprego direto, estima-se que, em 2025, represente os 420 mil empregos (9,1% do emprego global). Com o emprego indireto e induzido esse valor ascenderá aos 960 mil empregos, ou seja, ultrapassando os 20% do emprego global (20,9%).

As receitas de exportação relativas aos visitantes internacionais ascenderão aos 13,4 mil milhões de euros em 2014 (mais 1,4 mil milhões de euros que em 2013), estimando-se que atinja os 18 mil milhões em 2025, representando, um crescimento de 2,8% por ano entre 2015-2025.

Dados para 2014 evidenciam o melhor ano de sempre do turismo português, com o saldo da Balança Turística (BT) a superar, pela primeira vez, os 7 mil milhões de euros e com as receitas do turismo a ultrapassarem, igualmente pela primeira vez, a barreira dos dez mil milhões de euros, um crescimento de 12,4% face a 2013.



Fonte: Elaboração própria a partir de INE e Turismo de Portugal

Fig. 39. Peso do turismo na Balança Turística (2000-2014)

Nos últimos cinco anos as receitas turísticas internacionais cresceram a uma média de 8,2% ao ano, superando percentualmente o desempenho da Espanha (4,5%), da Europa (5,4%) ou mundialmente (6,5%), o que permitiu a Portugal ganhar quota de mercado internacional (situando-se, em 2014 nos 6,6% dos países da zona do mediterrâneo, que incluem Portugal, Espanha, França, Itália, Grécia e Croácia – Turismo de Portugal, 2015a).

Neto (2015a) salienta a importância e o peso do turismo enquanto maior setor exportador de bens e serviços do país (14,8%), fruto de um crescimento face a 2013, na ordem dos 12,4% (peso de 13,8% em 2013), mas realça que, em 2000, o peso das receitas de turismo nas exportações globais atingia os 15,4%, com um máximo de 16% no ano seguinte.

Mesmo fazendo-se uma análise mais detalhada quanto a dormidas e receitas em Portugal nos dois pontos seguintes, com os indicadores a atingirem os melhores anos de sempre, importa fazer uma análise aos motivos que estarão na base deste comportamento.

Trata-se, como tal, de informação recente, embora proferida por profissionais reconhecidos e respeitados pelo setor, com elevado conhecimento do turismo. Machado (2015) afirma, no seu artigo de opinião intitulado “*Bom Ano*”, tratar-se efetivamente do melhor ano turístico de sempre, sendo que o mérito basear-se-á na “*mudança de estratégia assente na aposta da promoção online em detrimento das feiras, do offline e do apoio a eventos internacionais, do reforço do investimento nas low cost e no papel cada vez mais decisivo dos privados na promoção, qualidade dos investimentos e na qualificação dos serviços.*” (p. 4).

Neto (2015b), mesmo reconhecendo que os resultados positivos de 2014 devem ser motivo de regozijo para todos os que vivem do turismo, mostra-se mais crítico à interpretação “*embevecida*” dos números pois, como afirma, “*o crescimento do Turismo em Portugal não caiu do céu, não resulta apenas das fraquezas dos nossos concorrentes, nem foi fruto de ideias geniais inesperadas*” e, principalmente, “*pensar que tudo se resume ao online e às low cost⁴¹, a prémios, ao aparecer numas fotografias nuns jornais estrangeiros é uma vaidade ingénua que pode sair cara.*”

Também Cunha (2015) comentou a “*(in)Consistência dos “melhores anos de sempre”*”, relembrando que “*continuamos com desequilíbrios de décadas, com fraca diversificação de produtos estruturados e comercializáveis, reduzida articulação da cadeia de valor, baixo rendimento por visitante, insuficiente conhecimento do “setor”*

⁴¹ Neto considera, no entanto, que o facto de haver maior disponibilidade para viajar em mercados emissores foi bem aproveitado pelas “*companhias low cost e de que beneficiaram sobretudo Lisboa e Porto que, juntamente com o Algarve tiveram significativos crescimentos.*”

por inexistência de dados fiáveis e comparáveis”, alertando que “(...) o turismo é uma atividade sempre em mudança.” (p. 7).

Os resultados apresentados evidenciam, é certo, valores nunca antes atingidos em Portugal, com níveis de crescimento assinaláveis e recuperação de quota de mercado face aos maiores concorrentes de Portugal. No entanto, os alertas deixados por profissionais do setor (onde se incluem Licínio Cunha e Vitor Neto, ex-Secretários de Estado do Turismo) merecem reflexão sobre alguns dos desequilíbrios que o setor ainda continua a evidenciar.

6.4.2. Dormidas de turistas em Portugal

Considerando todos os meios recenseados de alojamento coletivo (incluindo o Alojamento Local – AL –, que gerou cerca de 4,35 milhões de dormidas em 2014), as dormidas superaram, em 2014, os 48,7 milhões de dormidas, com a hotelaria a representar 89,3% do total de dormidas, um crescimento de 12% face a 2013 (com mais 5,2 milhões de dormidas que em 2013).

As dormidas na hotelaria em Portugal, pelo peso que representam, têm tido um comportamento positivo ao longo dos anos. Em 2013, Portugal superou pela primeira vez a barreira dos 40 milhões de dormidas (41,6 milhões de dormidas), valor que veio a consolidar em 2014, com um novo crescimento das dormidas na hotelaria.

Tabela 29
Dormidas na hotelaria em Portugal (2000-2014)

Anos	Estrangeiros	Portugueses	Total Dormidas	Var.
2000	24.101.963	9.693.160	33.795.123	-
2001	23.577.571	9.985.020	33.562.591	-0,7%
2002	23.562.694	10.646.274	34.208.968	1,9%
2003	23.214.698	10.660.773	33.875.471	-1,0%
2004	23.001.993	11.138.588	34.140.581	0,8%
2005	23.872.884	11.647.747	35.520.631	4,0%
2006	25.216.498	12.350.001	37.566.499	5,8%
2007	26.768.530	12.968.053	39.736.583	5,8%
2008	26.204.245	13.023.693	39.227.938	-1,3%
2009	23.214.377	13.242.692	36.457.069	-7,1%
2010	23.608.207	13.783.084	37.391.291	2,6%
2011	26.003.760	13.436.555	39.440.315	5,5%
2012	27.256.580	12.424.460	39.681.040	0,6%
2013	29.359.790	12.209.926	41.569.716	4,8%
2014	30.838.500	12.669.200	43.507.700	4,7%

Fonte: Elaboração própria a partir de INE e Turismo de Portugal

Se é certo que em 2013 os residentes no estrangeiro atingiram quase 29,4 milhões de dormidas (um crescimento de 7,7% face a 2012), o mercado interno (residentes em Portugal) sofreu dos impactos negativos da economia, com 12,2 milhões de dormidas, menos 1,7% face a 2012), representando quase 30% das dormidas globais (29,4%). Em 2014, as dormidas dos residentes no estrangeiro na hotelaria ultrapassaram a barreira dos 30 milhões – valor recorde –, mas com os residentes em Portugal a manterem-se, ainda longe dos resultados entre 2008 e 2011, onde ultrapassaram os 13 milhões de dormidas.

Uma análise aos países de residência dos hóspedes evidencia a importância do mercado do Reino Unido (7,4 milhões de dormidas), da Alemanha (4,2 milhões de dormidas) e da Espanha (3,4 milhões de dormidas) representando, globalmente, 48,7% do total das dormidas de estrangeiros (48,2% em 2013). Com exceção da Holanda (quinto principal mercado, em termos de dormidas) e da Itália (oitavo mercado), todos os restantes mercados principais atingiram recordes nas dormidas na hotelaria em Portugal.

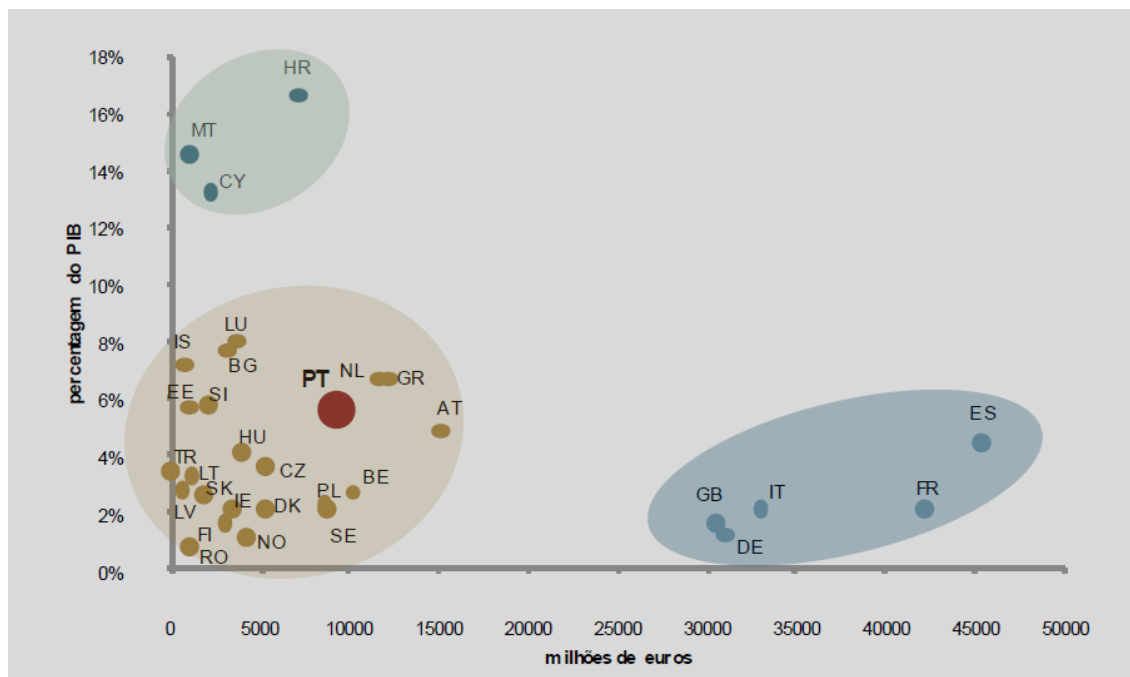
Dados provisórios relativos ao primeiro semestre de 2015 mostram um crescimento acumulado de 7,3% nas dormidas na hotelaria e outros alojamentos (sendo de 6,8% nas dormidas de residentes em Portugal e de 7,5% nos residentes no estrangeiro) (INE, 2015a).

6.4.3. Receitas do turismo internacional em Portugal

Tal como nas dormidas, também as receitas têm vindo a estabelecer máximos ao longo dos últimos anos, superando-se, pela primeira vez, a marca dos dez mil milhões de euros em receitas turísticas, representando um aumento de 12,4% face ao valor recorde verificado no ano anterior.

Dados coligidos relativamente aos restantes países da União Europeia mostram que Portugal se encontra na 10^a posição relativamente às receitas turísticas internacionais, como espelhado na Figura 40 na página seguinte.

Os resultados apurados para o primeiro semestre de 2015 (INE, 2015a), com uma taxa de crescimento acumulada de 12% nos proveitos totais (13,8% nos proveitos do alojamento), mostram que se está no bom caminho para se continuar a atingir valores consentâneos com os níveis de crescimento nos restantes indicadores associados ao turismo.



Fonte: Retirado de Banco de Portugal (2013)

Fig. 40. Receitas turísticas internacionais na União Europeia (2013)

O mercado francês assumiu, desde 2011, a primazia das receitas do turismo estrangeiro em Portugal, embora acompanhado de perto pelo Reino Unido. Nota-se igualmente que, com exceção do mercado de Angola, todos os restantes mercados integrantes do *Top 10*, em termos de dormidas, são igualmente os mais importantes em termos da receita turística internacional, em grande parte, dada a proximidade dos principais mercados europeus emissores. No Anexo 23 apresenta-se, em todo o caso, o comportamento das receitas do turismo internacional por país de residência.

Sendo um dos principais indicadores de medição da *performance* internacional, o objetivo, para o período 2016-2020, conforme consignado no Plano Estratégico de Turismo no Horizonte 2020 (Turismo de Portugal, 2015a) é “(...) *manter a trajetória de um crescimento das receitas turísticas internacionais superior à média da concorrência.*” (p. 28), atingindo-se os 13,4 mil milhões de euros em 2020 (com mais de 50 milhões de dormidas na hotelaria).

Os indicadores existentes, quer ao nível das dormidas quer do crescimento das receitas turísticas mostram que se está no bom caminho para se atingirem as metas agora definidas.

6.5. O transporte aéreo em Portugal

6.5.1. Impactos económicos

Muita da informação existente sobre o transporte aéreo é de natureza mais operacional que económica, seja ao nível do número de voos, horas de voo, *kms* percorridos, passageiros e carga embarcada, frota, entre outros.

Mesmo assim, dados do INAC (2013, 2014) mostram que o setor da aviação teve, em 2013, um volume global de negócios, por segmento de atividade, na ordem dos 4827,8 mil milhões de euros (4660,7 mil milhões de euros em 2012), dos quais 60,8% relativos ao transporte aéreo (2939,8 mil milhões de euros). Em termos de emprego, o setor é responsável por 20.758 empregos diretos, representando um crescimento de 3% face ao ano anterior.

Dados do INE mostram, ao longo dos anos, um comportamento pouco regular dos seus principais indicadores económicos (incluindo o Valor Acrescentado Bruto – VAB), cujas razões, não só de natureza conjuntural, respeitam igualmente à disponibilidade de frota (própria ou alugada) e à natureza dos voos a operar.

Tabela 30

Volume de negócios por serviço oferecido e VAB

U: 10 ³ €										
Serviço	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tráfego Regular	n.d.	1.428.406	1.525.045	1.845.617	2.086.081	1.946.625	2.134.171	2.289.960	2.129.281	2.508.761
. Internacional	n.d.	1.190.127	1.283.929	1.594.379	1.804.255	1.684.260	1.900.718	2.025.210	2.056.035	2.277.675
. Doméstico	n.d.	238.279	241.116	251.238	281.826	262.365	233.453	264.750	73.246	231.086
Tráfego não Regular	n.d.	131.075	209.786	607.843	745.658	677.684	645.349	607.999	659.258	756.266
TOTAL	n.d.	1.559.481	1.734.831	2.453.460	2.831.739	2.624.309	2.779.520	2.897.959	2.788.539	3.265.027
VAB	96.146	483.866	595.882	1.105.964	1.044.012	637.110	808.883	678.698	766.184	859.787

Nota: n.d. - não disponível

Fonte: Elaborado a partir de dados do INE – Estatísticas dos Transportes e Comunicações (2001, 2013- 2014) e Estatísticas dos Transportes (2002-2012)

Olhando para os resultados líquidos da aviação verifica-se que, em 2013, os resultados líquidos globais atingiram os 105,4 milhões de euros (em linha com os 106,2 milhões de euros registados em 2012, depois de ter atingido os 117 milhões de euros em 2011), sendo que, o transporte aéreo atingiu um resultado líquido positivo de 35,8 milhões de euros (ao nível dos verificados em 2011, na ordem dos 36,2 milhões de euros, tendo sido de 20 milhões de euros em 2012).

6.5.2. Dados operacionais

Indicadores de natureza mais operacional mostram o desenvolvimento que o transporte aéreo tem tido em Portugal ao longo dos anos, com um novo recorde de passageiros nos aeroportos do Continente superando, pela primeira vez, a barreira dos 30 milhões de passageiros (31,2 milhões de passageiros).

Como se constata, todos os aeroportos atingiram novos máximos com o aeroporto de Lisboa a registar um crescimento de mais de 2,1 milhões de passageiros, em 2014. Faro superou, pela primeira vez, a faixa dos seis milhões de passageiros enquanto o aeroporto do Porto ficou a pouco mais de 70 mil passageiros para superar os sete milhões de passageiros.

Tabela 31

Tráfego comercial de passageiros, por aeroporto e natureza de voo

Aeroportos	2004		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012		2013	2014
	Paxs	%	Paxs	Paxs	Paxs	Paxs	Paxs	Paxs	Paxs	Paxs	%	Paxs	Paxs
Lisboa													
Low Cost	452.800	4,2%	663.722	1.388.221	1.883.318	2.020.664	1.987.512	2.021.619	2.029.599	2.338.979	15,3%		
Tradicional	9.562.119	89,3%	9.879.622	10.303.400	10.940.808	11.067.835	10.855.147	11.575.834	12.460.183	12.739.391	83,3%		
Não Regular	690.377	6,4%	691.366	622.693	567.933	515.121	418.319	469.092	300.375	222.806	1,5%		
Total	10.705.296	100%	11.234.710	12.314.314	13.392.059	13.603.620	13.260.978	14.066.545	14.790.157	15.301.176	100%	16.008.848	18.142.035
Porto													
Low Cost	13.284	0,5%	332.143	673.605	1.247.114	1.695.431	1.972.711	2.628.116	3.247.188	3.354.013	55,4%		
Tradicional	2.571.183	87,3%	2.542.925	2.516.020	2.522.157	2.640.389	2.395.549	2.472.849	2.638.810	2.608.514	43,1%		
Não Regular	359.673	12,2%	233.118	213.191	217.477	199.009	140.070	178.566	117.410	87.567	1,4%		
Total	2.944.140	100%	3.108.186	3.402.816	3.986.748	4.534.829	4.508.330	5.279.531	6.003.408	6.050.094	100%	6.372.801	6.930.270
Faro													
Low Cost	1.693.336	36,4%	2.187.659	2.694.184	3.256.365	3.651.341	3.684.969	4.161.321	4.020.052	4.055.492	71,5%		
Tradicional	741.970	16,0%	817.410	743.285	646.313	511.560	441.717	394.447	899.397	936.914	16,5%		
Não Regular	2.210.662	47,6%	1.749.663	1.652.148	1.567.794	1.284.299	935.115	786.939	696.131	679.971	12,0%		
Total	4.645.968	100%	4.754.732	5.089.617	5.470.472	5.447.200	5.061.801	5.342.707	5.615.580	5.672.377	100%	5.981.448	6.166.927
TOTAL													
Low Cost	2.159.420	11,8%	3.183.524	4.756.010	6.386.797	7.367.436	7.645.192	8.811.056	9.296.839	9.748.484	36,1%		
Tradicional	12.875.272	70,4%	13.239.957	13.562.705	14.109.278	14.219.784	13.692.413	14.443.130	15.998.390	16.284.819	60,3%		
Não Regular	3.260.712	17,8%	2.674.147	2.488.032	2.353.204	1.998.429	1.493.504	1.434.597	1.113.916	990.344	3,7%		
Total	18.295.404	100%	19.097.628	20.806.747	22.849.279	23.585.649	22.831.109	24.688.783	26.409.145	27.023.647	100%	28.363.097	31.239.232

Fonte: Elaborado a partir de dados da ANA – Aeroportos de Portugal (embarques e desembarques, incluindo trânsitos) e do *site ana.aero* (dados de 2014)

Os dados apurados permitem evidenciar a importância do desenvolvimento das companhias aéreas de baixo custo ao longo dos anos, em especial no aeroporto do Porto onde, em 2012, atingiram os 55,4% do tráfego transportado. Globalmente, o tráfego das companhias aéreas de baixo custo representa 36,1% do tráfego comercial nos principais aeroportos do continente.

Em Lisboa, pela importância deste aeroporto para a TAP, onde mantém o seu principal *hub*, o tráfego das companhias aéreas de baixo custo tem crescido, mas a taxas mais modestas.

A partir de maio de 2013 a ANA deixou de publicitar dados estatísticos sobre os aeroportos, situação que vem limitar a análise. Mesmo assim, dados anuais publicados

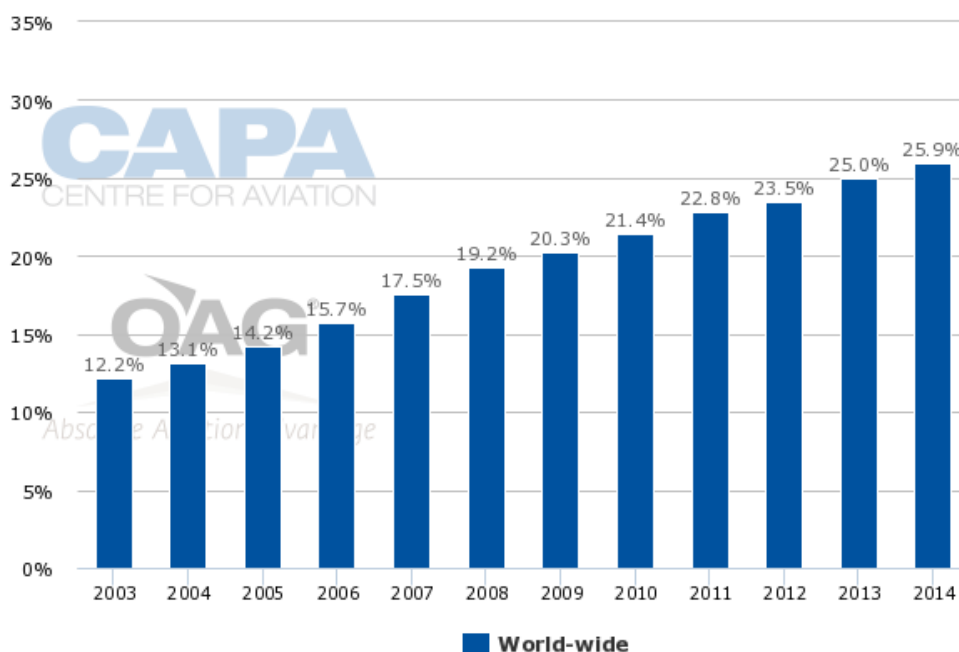
no Relatórios e Contas (ANA, 2014; ANA, 2015) mostram que o tráfego comercial continua a crescer (mais 5% que em 2012), situação que se mantém, em 2014 e 2015, segundo os dados transcritos em *anna.aero* (2015) ou regularmente publicados pelo Presstur.

Do mesmo modo que, no turismo, se vão atingindo valores máximos em termos de hóspedes, dormidas e receitas, como demonstram os valores apurados neste primeiro semestre, também nos aeroportos portugueses essa tendência se mantém, com o aeroporto de Lisboa, em julho, a superar pela primeira vez a barreira dos dois milhões de passageiros (Presstur, 2015a).

A manutenção desta tendência de crescimento, nos aeroportos nacionais e no turismo, deixa antever um ano de 2015 extremamente positivo, quer em termos do transporte aéreo, quer em termos turísticos.

6.6. Enquadramento estatístico das companhias aéreas de baixo custo

A figura abaixo torna claro o sucesso que as *low cost carriers* têm vindo a assumir no mercado internacional ao longo dos anos (CAPA, 2015a).



Fonte: Retirado de CAPA (2015a)

Fig. 41. Evolução das *low cost carriers* no mercado mundial (2003-2014)

Se em 2001, as companhias aéreas de baixo custo representavam apenas 8% da oferta do mercado, em 2014, o seu valor atingia os 25,9%. Ao longo dos anos, apesar dos momentos erráticos da economia mundial, o peso das companhias aéreas de baixo custo tem sido crescente ano após ano.

Donne (2000) analisava, nessa data, o potencial de crescimento e sustentabilidade das companhias aéreas de baixo custo, fenómeno que, como caracterizava, representava pouco mais de sete por cento do tráfego mundial, o que deixava uma enorme margem de progressão, não só nos E.U.A. e Europa, como em qualquer outra parte do mundo.

Como afirmava, a equação das companhias aéreas de baixo custo representa a complexidade de vários fatores, criando um novo estrato no transporte aéreo comercial que irá crescer significativamente quer em termos de novas companhias quer de novas rotas. Mesmo sabendo-se que algumas *low cost* não vão ter sucesso, “(...) ‘low-fare’, ‘low-cost’, ‘no-frills’, ‘affordable’ or ‘budget’ airlines – whatever they may be called – are here to stay.” (p. 15).

Anos mais tarde, Donne (2003) apontava que as principais companhias aéreas de bandeira (*major flag carriers*), em especial da América do Norte e, em menor extensão na Europa, estavam a ficar preocupadas com a transferência dos passageiros de médio curso para os seus rivais de baixo custo. Esta situação levou-as a considerarem criar as suas próprias subsidiárias, como foram os casos da *Delta Airlines* nos E.U.A. (criando a sua subsidiária *Song*), da *Lufthansa* (com a criação da *Germanwings*, entretanto redominada *Eurowings*) ou da *British Midland Airways* (com o lançamento da *bmibaby*).

Para este investigador, havia, na altura, ainda um grande campo de progressão para as companhias aéreas de baixo custo, em especial nos mercados da Europa de Leste, na ex-União Soviética e suas repúblicas e também na China, um mercado, como afirmava, de imensas potencialidades.

O relatório do CAPA (2009) sobre as *low cost carriers* identificava que, desde 2000, tinham aparecido no mercado 130 novas companhias aéreas de baixo custo, sinónimo de vitalidade deste modelo de negócio. No entanto, a análise da base de dados de companhias aéreas de baixo custo do CAPA mostra uma estabilidade na oferta com 133

low cost carriers ativas, muitas delas situadas na região da Ásia. Como mencionado na Airline Leader (2015f) “*just seven years ago, the total had barely reached 50*” (p. 23).

É na Ásia, como se verifica na tabela abaixo e como mencionado anteriormente, que as companhias aéreas de baixo custo têm registado maiores crescimentos e uma evolução exponencial. Em 2003, a Europa Ocidental, a América do Norte e América Latina já apresentavam um mercado das companhias aéreas de baixo custo bastante desenvolvido. Nesse ano, nalgumas das regiões asiáticas, as companhias aéreas de baixo custo tinham uma expressão mínima. Também o Médio Oriente e a Europa de Leste davam os primeiros passos neste modelo de transporte (a *Air Polonia* foi criada em 2001, mas só iniciou operações em 2003).

Tabela 32

Quota de mercado das *low cost carriers* (em % do total de lugares) na região (2003-2014)

Regiões	2003	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Ásia - Sudoeste	13,2	24,7	43	45,4	47,1	53,9	57
Ásia - Sul	8	11,2	49,9	53,3	49,8	52,3	56,3
Ásia - Pacífico	0,8	9	17,6	19,1	17,9	19,8	20,5
Ásia - Norte	1,4	1,6	6,2	7,7	9	10,2	11,5
Médio Oriente	0,1	1,8	10,8	10,7	13,3	16,6	16,7
África	6,7	7,5	8	9,3	8,7	10,3	10,5
Europa - Leste	4,2	5,8	5,2	3,5	4	4,8	4,9
Europa - Ocidental	18,1	23,9	36,8	38,4	40,7	42,3	44
América do Norte	21	22,1	28,7	29,8	30	30	30,1
América Latina	20,9	21,5	28,4	33,5	32,4	37,1	38
Mercado global	12,2	14,2	21,4	22,8	23,4	25	25,9

Fonte: Elaboração própria através de dados da Airline Leader (2015a; 2015c-d; 2015g-m)

A Europa de Leste é aquela que tem tido maiores problemas de implantação do modelo *low cost*, já que, em todas as restantes regiões, o ano de 2014 foi o melhor de sempre para as companhias aéreas de baixo custo, em termos da sua capacidade instalada (medida pelo número de lugares disponibilizados).

Mesmo na Ásia do Norte, com companhias aéreas maioritariamente chinesas e onde as companhias aéreas de baixo custo têm ainda uma expressão diminuta, mas crescente, e na África (apesar do projeto *Fastjet*, empresa do grupo *easyJet*), as restantes regiões já atingiram um maior grau de penetração sendo que, nas regiões do Sudoeste da Ásia (57%) ou da Ásia do Sul (56,3%), as companhias aéreas de baixo custo há muito dominam o mercado da aviação comercial nessas regiões.

Numa análise às principais companhias aéreas mundiais, como espelhado na figura seguinte, verifica-se que a *Southwest* e a *Ryanair*, acompanhadas de perto pela *easyJet*, ocupam a primazia em número de passageiros, de rendimentos ou em resultados líquidos (Ishak, 2015b).

TOP 100 LOW-COST CARRIERS BY PASSENGER NUMBER: 2014												
Rank 2014	Carrier 2013	Country	Passengers (m) Change %		Traffic RPK Change %		Capacity change %	Load factors Percent Change		Fleet Current	Orders	Source
1	(1) Southwest Airlines	USA	135.8	2.0	173,829	3.4	0.4	82.5	2.4	660	266	
2	(2) Ryanair	Ireland	90.5	10.8						317	270	
3	(3) EasyJet	UK	64.8	6.6	72,933	7.9	7.1	91.7	0.7	212	157	
4	(4) Gol	Brazil	40.1	9.5	38,085	9.8	-0.3	76.9	7.1	130	79	
5	(5) Lion Air	Indonesia	36.0	5.2						103	534	reported locally
6	(6) JetBlue Airways	USA	32.1	5.3	60,842	5.5	5.1	84.0	0.4	206	124	
7	(8) Norwegian	Norway	24.0	15.8	37,615	39.9	35.4	80.9	2.6	80	250	
8	(9) IndiGo	India	22.9	18.9	26,048	14.0	16.3	77.7	-1.6	95	180	DGCA
9	(7) AirAsia	Malaysia	22.1	1.3	27,274	2.5	3.6	78.8	-0.8	80	309	
10	(11) Vueling Airlines	Spain	21.5	24.9	21,445	25.3	24.2	80.4	0.7	96	56	
11	(16) Azul	Brazil	20.0	7.0	15,707	35.1	35.9	79.7	-0.5	143	77	
12	(12) Pegasus	Turkey	19.7	17.4	19,500	20.1	20.9	80.0	-0.6	52	75	RPK is estimated
13	(10) WestJet	Canada	19.7	6.3	33,514	6.3	6.7	81.4	-0.3	107	79	
14	(13) Jetstar	Australia	17.2	2.3	28,644	-0.1	1.5	77.8	-1.3	70	99	
15	(14) Cebu Pacific Air	Philippines	16.9	17.5	16,213	25.4	26.5	79.1	-0.7	51	37	inc Tigerair Philippines
16	(15) Wizz Air	Hungary	16.5	18.4	25,351	21.5	20.0	86.7	1.0	57	54	
17	(18) Spirit Airlines	USA	14.3	15.1	22,783	18.0	17.9	86.7	0.1	71	100	
18	(23) Germanwings	Germany	14.1	53.7	13,033	60.2	63.9	79.6	-1.8	80		ICAO
19	(17) SpiceJet	India	12.8	0.3	13,135	-2.4	-8.0	78.2	4.5	33	42	DGCA
20	(22) Thai AirAsia	Thailand	12.2	16.3	12,420	14.7	19.1	80.5	-3.1	43	3	

Fonte: Retirado de Airline Business - June 2015 (Ishak, 2015b)

Fig. 42. Indicadores das companhias aéreas de baixo custo – 2014

Quanto aos resultados líquidos a *Southwest* lidera com um lucro líquido de 1,14 mil milhões de *Usd* em 2014, seguido de perto pela *Ryanair* com um lucro líquido recorde de 995 milhões de *Usd* (795M €). A *easyJet* atingiu um lucro na ordem dos 747 milhões de *Usd*.

Os resultados apurados pelas diferentes companhias aéreas encontram-se espelhados no Anexo 24 (Ishak, 2015a), sendo que os Anexos 25 e 26 espelham idênticos indicadores para o ano de 2013, ao nível dos dados operacionais e de resultados, respetivamente (Ishak, 2014a; Ishak, 2014b).

Se é certo que o mercado se apresenta consolidado (não se denotam grandes variações de ano para ano, com as oito primeiras posições no *ranking* a manterem-se em 2013), denota-se, em especial no mercado asiático, uma grande “pressão” no aparecimento de novas companhias. Toh (2014) identificou que mais de dez novas companhias aéreas de baixo custo serão lançadas a curto prazo nos vários países da Ásia, com maior impacto nos mercados da China, Tailândia, Japão e Índia.

Também a Rússia decidiu apostar no mercado das companhias aéreas de baixo custo com o lançamento da *Dobrolet* em junho de 2014 (Clark, 2014b). As sanções económicas impostas pelos E.U.A. e Europa, fruto da crise ucraniana, levaram à suspensão da companhia aérea dois meses após o início das operações, a partir de 4 de agosto (Hille, 2014). No entanto, a partir de 1 de dezembro de 2014, a *Aeroflot* voltou ao mercado com uma nova companhia aérea de baixo custo denominada *Pobeda* e operando rotas domésticas a partir da sua base operacional em Moscovo Vnukovo (Polina, 2014).

Embora de forma sucinta, até porque muita desta informação foi já objeto de enquadramento no capítulo 3 dedicado às companhias aéreas de baixo custo, os indicadores apresentados mostram a vitalidade destas empresas com resultados crescentes de quota de mercado, de rendimentos e, em especial, de resultados líquidos.

6.7. Turismo jovem e *hostels* – alguns indicadores

O presente ponto visa sistematizar alguns dos principais dados disponíveis para uma melhor elucidação da importância e comportamento do mercado turístico jovem, em complemento a muita da informação já apresentada no capítulo 4.

Quer a OMT quer a *Wyse Travel*, assim como outras entidades com interesse no estudo do turismo jovem, têm realizado pesquisas ao longo dos vários anos. A conjugação das principais entidades ligadas ao turismo jovem, permitiram estudar os comportamentos da procura em 2002, em 2007 e, mais recentemente, entre agosto de 2012 e janeiro de 2013, tendo-se obtido cerca de 34 mil respostas de 137 países diferentes (o que contrasta com as 2300 respostas obtidas em 2002 e 8500 respostas em 2007).

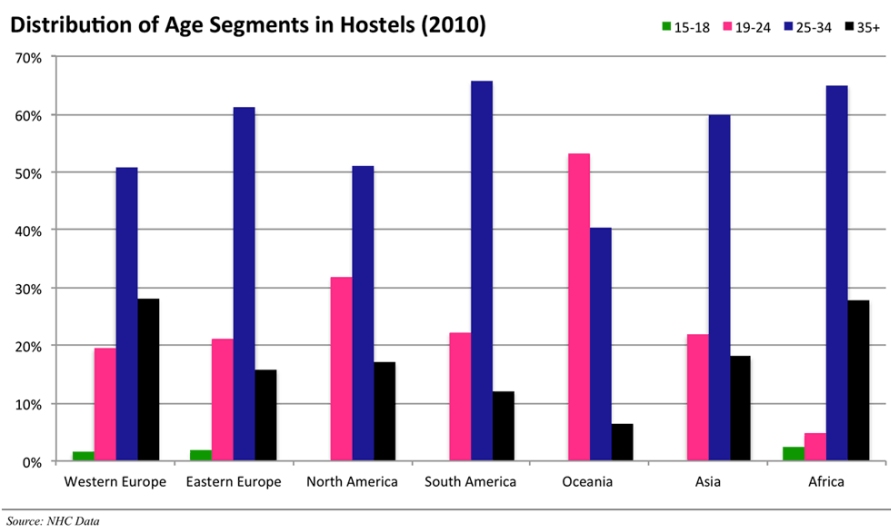
Quanto ao lado da oferta e como já referido por Bunda (2014) não existem dados claros e precisos sobre o mercado global dos *hostels*, apesar dos estudos que têm vindo a ser realizados e cujos dados mais importantes serão apresentados neste ponto.

Em termos globais, o setor do turismo jovem representou cerca de 165 mil milhões de euros em 2010, ou seja, perto de 18% das receitas de turistas internacionais. Quanto às chegadas de turistas internacionais, o turismo jovem passou dos 136 milhões de turistas, em 2000, para os 187 milhões em 2010, representando aproximadamente 20% das chegadas de turistas internacionais. Previsões para 2020 apontam para os 300 milhões de viagens internacionais feitas por jovens (UNWTO, 2011a; Wyse Travel, 2011).

Para o Diretor Geral da Wyse, David Chapmann, o turismo jovem “*can still be one of the travel world’s best kept secrets*” (Travel Daily UK, 2014). Também o Diretor de Marketing da Wyse, Juliet Stevens, veio reforçar esse mesmo entendimento no Congresso das *European Cities Marketing*, entre 4 e 7 de junho de 2014, ao salientar que “*Youth travel is no longer a niche sector; it’s bigger than Facebook, bigger than McDonalds and bigger than the Argentinian budget, generating over Usd 182 billion in tourism receipts in 2013. The global youth travel industry is now estimated to represent 200 million international trips a year, and the youth travel industry has grown faster than global travel overall. By 2020 the UNWTO estimates there will be almost 300 million international youth trips per year.*” (European Cities Marketing, 2014).

Kathelyn O’Shaughnessy, diretora de tecnologia e comunicações da *Millennials in Travel*, citada em Oates e Skift Staff (2014) considera que, em 2020, esta geração representará metade das despesas globais deste segmento. Como refere, “*penso que somos vistos, muitas vezes, como crianças, mas nos próximos 5 a 10 anos, quando ganharmos bem e já tivermos pago os nossos empréstimos para estudar, é, nessa altura, quando realmente nos iremos aventurar por todo o mundo*”.

Um estudo sobre as idades nos *hostels*, levado a cabo pela *Nordic Hotel Consulting* (NHC) mostra que, nas várias regiões do mundo (com exceção na Oceânia, onde representam 40%), são os jovens entre os 25 e 34 anos os mais representativos com um peso superior a 50% (Bourget, 2012).



Fonte: Retirado de NHC (Bourget, 2012)

Fig. 43. Distribuição da idade nos *hostels* (2010)

Aliás, a idade tradicional no mercado (entre os 18 e 24 anos) tem deslizado para um intervalo mais alargado entre os 15 anos e os 30 anos (ou ligeiramente superior).

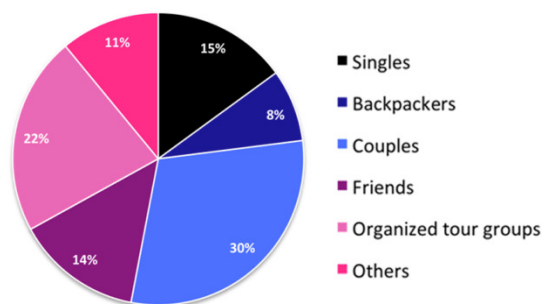
Esta situação resulta do crescimento dos “*flashpackers*” ou os antigos *backpackers*, agora mais velhos e com mais meios financeiros para pagar outro tipo de acomodação, em vez de disfrutarem da atmosfera e interação social própria dos *hostels* (Oates & Skift Staff, 2014).

Tendo em atenção as conclusões dos estudos efetuados, na sua vertente de uso de alojamento (Stay Wise, 2013; Wyse Travel, 2013; Wyse Travel, 2014) verifica-se que:

- ✓ *Hostels* continuam a ser o principal meio de alojamento para os jovens viajantes (32%), mas os hotéis têm aumentado a sua importância (31%), em especial os designados *budget hotels*;
- ✓ *Backpackers* estão mais associados aos *hostels* independentes, enquanto turistas e *flashpackers* fazem maior uso de hotéis;
- ✓ Aumento do *couchsurfing* que se tornou mais visível em 2013, sendo que 37% dos utilizadores do *couchsurfing* também ficaram em *hostels* (HI) e 67% em *hostels* independentes;
- ✓ Cerca de 45% das reservas, em 2013, foram feitas através da utilização de *sites* de terceiros (uma evolução dos cerca de 33% em 2012). *Backpackers* e *flashpackers* são os maiores utilizadores dos *sites* de terceiros, com predominância de turistas com idades entre os 26 e 29 anos;
- ✓ Reservas feitas através dos agentes de viagens caíram dos 21% em 2007 para os 15% em 2012.

Também neste caso, o levantamento efetuado pela NHC mostra que o segmento mais importante nos *hostels* são os casais (30%), evidenciando que os *backpackers* têm vindo a perder peso neste tipo de alojamento (Bourget, 2012), sendo, inclusive, a categoria menos representativa.

Tourist Types in Hostels in Europe (2010)



Source: NHC Data

Fonte: Retirado de Nordic Hotel Consulting (Bourget, 2012)

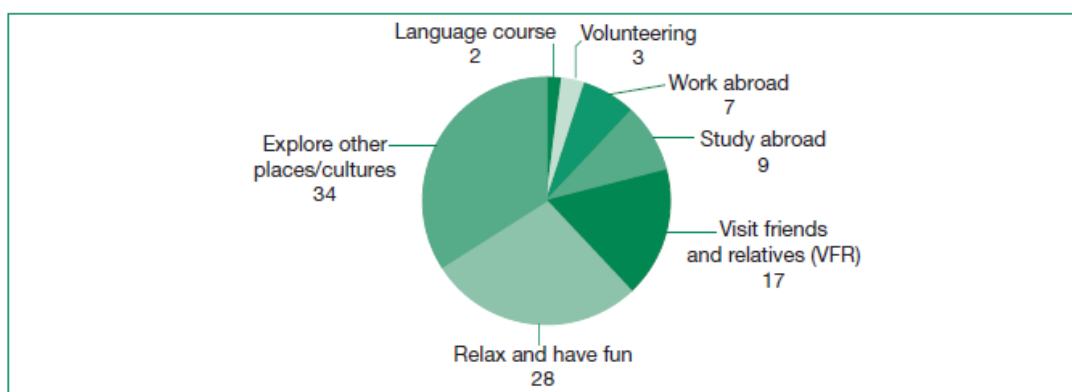
Fig. 44. Tipos de turistas nos *hostels* na Europa (2010)

Estudos mais antigos ajudam a perceber algumas das alterações no padrão do alojamento utilizado nos últimos anos, face a alguns destes novos fenómenos motivados pela tecnologia e novos padrões de “sociabilização” (troca de casas, *couchsurfing*, *Airbnb*, etc.). Na relação dos *hostels* com os turistas mochileiros, Seekings (1998) considerava que os *hostels* e o *backpackers hostels* eram o alojamento preferido dos *backpackers*, principalmente pelo fator preço. Também Keeley (1995) deixava claro que os *hostels* eram as opções preferidas pelos *backpackers* no Reino Unido. Abrantes (2013, p. 120) constatou igualmente que os *backpackers* eram os principais turistas nos *hostels* das cidades de Lisboa e Porto.

Dentro do estudo da WTO (2008), identificava-se que 61,5% dos jovens eram utilizadores de *hostels*, sendo que os *hostels* independentes eram mais usados (37%) que os *youth hostels* (24%). Também Richards e Wilson (2004) considerava, na sua análise, que os *backpackers hostels* eram utilizados por cerca de 70% dos *backpackers* (contra apenas 36% que preferiam os *youth hostels*). Esta situação era mais evidente quando comparada com a sua utilização por apenas 19% dos viajantes e 8% dos turistas. No entanto, na análise efetuada por Nash *et al.* (2006) ao alojamento utilizado pelos *backpackers* na Escócia, 49% das respostas apontavam para uma utilização de Pousadas de Juventude enquanto 15% preferia *independent backpacker hostels*.

E, mais importante para a temática em estudo, nessa data, mais de 60% dos jovens utilizariam os *hostels* quando, em 2002, esse valor rondava os 50%⁴².

Quanto à motivação dos viajantes, o estudo levado a cabo pela *Wyse Travel* (WTO, 2008) mostrava que a exploração de novos ambientes (34%) e a procura de ambientes descontraídos e de diversão (28%) foram a principal motivação para a viagem, seguida da visita de familiares e amigos (17%). Não deixa de ser igualmente importante o estudo como motivação (9%) – apesar de o estudo da língua ser o menos valorizado, com 2% das respostas –, assim como por motivos de trabalho (7%) e voluntariado (3%).



Source: WYSE Travel Confederation Independent Traveller Survey, 2007

Fonte: Retirado de WTO (2008)

Fig. 45. Motivação da viagem

Olhando-se para o lado da oferta, constata-se que o estudo levado a cabo pela OMT (WTO, 2008) mostra que, em 2006, existiriam mais de 4000 *youth hostels* e quase dez mil *hostels* no *site* de reservas *Hostelworld*. Do mesmo modo, uma estimativa feita pelas diferentes regiões do mundo – e incluindo outros tipos de acomodação para satisfazer o mercado jovem – apontava para mais de 29 mil unidades com uma oferta de mais de 1,6 milhões de camas, ou seja, cerca de 4% da oferta mundial.

⁴² Como já salientado, O'Connell e Williams (2005) concluíram que na Europa, os utilizadores da *Ryanair* utilizam hotéis (31%), enquanto na Ásia, os utilizadores da *Air Asia*, utilizarão em maior número estalagens, pensões residenciais e *hostels* (49%).

Accommodation type	Units	Beds	Occupancy (%)	Nights (million)	Nights (%)
Youth/backpacker hostels	7,884	1,047,863	32	123	50
Budget hotels	11,596	468,138	65	112	44
Other (guesthouses, apartments, campsites, etc.)	9,602	121,773	31	12	6
Total	29,082	1,637,774	42	247	100

Fonte: Retirado de WTO (2008)

Fig. 46. Oferta de alojamento jovem por tipologia (2005)

Um levantamento efetuado em junho de 2014, no *site* da *Hostelworld*, mostra que existiam, nessa data, 9814 *hostels*⁴³ mundialmente, a maioria dos quais na Europa (40,7%), seguindo-se-lhe a Ásia (26,8%). A África continua a apresentar maiores fragilidades na oferta de alojamento a que os *hostels* também não são exceção (com apenas 3,1% da oferta mundial).

Tabela 33
Oferta de *hostels* no Mundo

Continentes	Nº <i>hostels</i>	%
Europa	3.996	40,7%
América do Norte	817	8,3%
América do Sul	1.385	14,1%
Ásia	2.633	26,8%
Oceania	680	6,9%
África	303	3,1%
Total	9.814	100%

Fonte: Elaboração própria através de consulta ao site *Hostelworld.com* em 22 e 23 de junho de 2014

Portugal é dos países que conta com maior número de *hostels* na Europa (266 *hostels*), sendo que a Espanha (360 *hostels*) e Itália (276 *hostels*) lideram na oferta deste tipo de alojamento (no Anexo 27 encontra-se a informação detalhada por país, sendo que o Anexo 28 faz uma caracterização dos *hostels* em Portugal).

⁴³ O levantamento teve em atenção as unidades de alojamento identificadas como *hostel* por país, independentemente de serem *hostels* independentes ou afiliados à *HI* e de possuírem dormitórios ou apenas quartos individuais.

O Brasil (576 *hostels*) é o país com maior número de *hostels* em termos mundiais, certamente pela associação local à tipologia “pousada”, seguindo-se-lhe a China (483 *hostels*).

Também do lado da oferta, a Stay Wise (2012; 2014b) vem efetuando, desde 2009, alguns estudos junto dos proprietários de alojamento, sendo que, em 2013, participaram 2231 estabelecimentos (216 em 2009) correspondendo a 1071 respostas (146 em 2009).

Em 2013, mais de 60% dos participantes no estudo eram *hostels* (50% em 2012), 12% pensões (16% em 2012) e 11% unidades em *bed and breakfast* (12% em 2012), sendo que 62% dos empreendimentos estavam localizados nas zonas urbanas (em 2012, 74% das unidades do estudo estavam nas zonas urbanas, sendo 90% privadas).

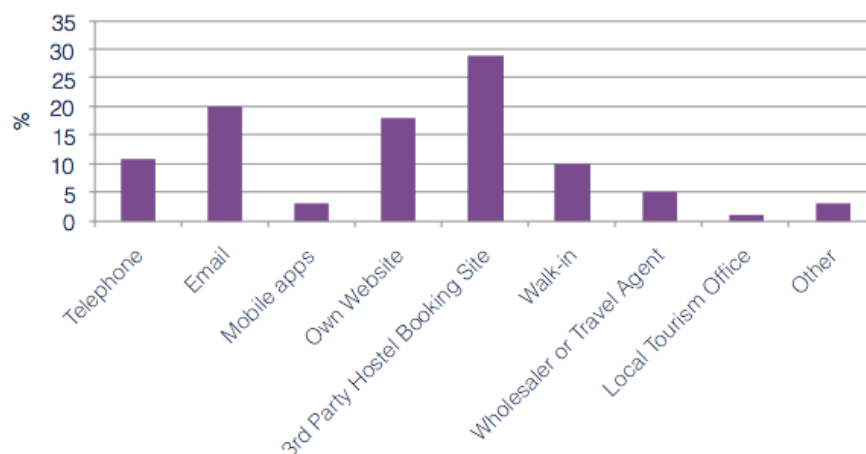
Em termos médios, os empreendimentos tinham 19 quartos correspondendo a uma média de 71 camas (67 camas em 2011 e 58 camas em 2010), sendo que, nas cidades, o seu valor médio ascendia a 82 camas. No caso dos *hostels*, a dimensão média rondava os 20 quartos.

No que respeita ao *mix* de clientes, a maioria dos clientes, em 2013, eram individuais (o que contrasta com o estudo da NHC em Bourget, 2012), ficavam em dormitórios (29%) ou em quartos privados (39%, tendo sido de 35 e 34%, em 2011, em dormitórios e quartos individuais, respetivamente), enquanto os grupos representavam 17%. Os homens de negócio representavam cerca de 11% dos clientes em 2013, valor que tem tido um comportamento errático nos vários anos em análise (14% em 2012 e 12% em 2011).

Quanto às idades, o grupo dominante (61%) situava-se no intervalo entre os 25 e 34 anos, tal como concluído no estudo levado a cabo pela NHC (Bourget, 2012), sendo que, em média, ficaram 2-3 dias nos alojamentos (tal como em 2011 e 2010).

Quanto à origem das reservas, a maioria das mesmas foram efetuadas através da utilização de *sites* de terceiros (*third party hostel booking sites*), as quais representaram 29% em 2013 (cerca de 30% em 2011). As reservas efetuadas por *e-mail* situaram-nos nos 20%, muito perto das reservas efetuadas através do *site* próprio (18%). Não deixa de ser relevante constatar que mais de 10% das reservas ainda foram feitas telefonicamente, valor muito idêntico aos turistas que optavam por não efetuar qualquer reserva prévia (*walk-ins*) (Stay Wise, 2014a).

BOOKING SOURCES (IN %)



Fonte: Retirado de Stay Wise (2014a)

Fig. 47. Origem das reservas por canal de distribuição (2013)

A maioria das reservas, em 2013, foi feita através de *sites* de terceiros (70%) nomeadamente na *Hostelworld*, *Booking* e *Hostelbookers* (enquanto para os *hostels* a *Hostelworld* é o canal mais importante, a *Booking* tem primazia junto dos hotéis).

THIRD PARTY BOOKING PROVIDERS (IN %)



Fonte: Retirado de Stay Wise (2014a)

Fig. 48. Origem das reservas por fornecedor *online* (2013)

A taxa de ocupação-cama situou-se nos 59% em 2013, o mesmo registo que em 2011, mostrando um crescimento ao longo dos anos em análise (56% em 2009 e 57% no ano seguinte). As vendas por cama (*bed sales*) são a principal fonte de rendimento das unidades, representando 76% das vendas em 2013 (78% em 2011), sendo mais significativas nos *hostels* e unidades em *bed and breakfast*.

O preço médio por cama disponível (*Revenue per available bed – REVPAB*) situou-se nos 23,50 euros em 2013 (menos 50 cêntimos que em 2011), com preços médios, em época alta, nos 40 euros em quarto individual ou 24 euros em dormitório, mantendo-se ao nível de 2011.

Mais de um terço dos participantes da amostra são ativos nas redes sociais, sendo que mais de 90% dos empreendimentos utilizam o *Facebook* (cerca de 40% em 2011), seguidos pelo *Twitter* (43%). No caso dos *hostels* e alojamento para estudantes, a atividade das unidades nas redes sociais tende a ser mais ativa, com atualizações dos conteúdos bastante frequentes. Em 2011, a informação foi atualizada mais de 20 vezes num mês.

Esta situação tem levado a que os promotores tenham desenvolvido aplicações móveis para os seus empreendimentos (28% das respostas), permitindo aceitar reservas, sendo que os empreendimentos que possibilitam a utilização de tecnologias móveis têm recebido mais reservas.

Por último, 9% dos participantes da amostra planeava abrir novas unidades em 2014 (em 2011, esse valor era de 12%), sendo que, os maiores planos de expansão estavam na Ásia e Europa Ocidental.

De acordo com pesquisa da *Stay Wise*, Portugal tem vindo a despertar a sua atratividade para novos alojamentos para turismo jovem. Se, em 2014, Portugal posicionava-se em 11º lugar entre os países de eleição para novos investimentos, no planeamento para 2015, Portugal subiu para segundo lugar. Em termos de cidades, Lisboa ocupava a oitava posição em 2014, sendo que, para 2015, quer Lisboa, quer o Porto figuram no *Top 10* do alojamento de turismo jovem (Wyse, 2015).

Quanto aos *millennials*, tendo em atenção as conclusões do “*Millennial Traveller Report*” (Wyse Travel, 2014), a partir de um inquérito efetuado a 7600 turistas com idades entre os 18 e os 30 anos em mais de 100 países, mostra o aumento da utilização das tecnologias móveis (7% dos participantes no estudo reservou um voo utilizando um telemóvel ou um *tablet*, valor este que quase duplica – 3,8% – em relação ao anterior estudo de 2013).

Quanto às recomendações de viagem, 67% dos participantes considera os familiares e amigos como a principal fonte, sendo que 80% considera importante e influente os

reviews colocados por outros viajantes, com 56% dos participantes da amostra a “*postarem*” igualmente após uma viagem⁴⁴.

Um novo relatório sobre os *millennials* e o uso de agências de viagens, companhias aéreas, operadores turísticos e *hostels* (Wyse Travel, 2015b) mostra, quanto a estes últimos, que a localização e a existência de *wi-fi* gratuito são os principais atributos e serviços valorizados pelo *millennials*, sendo que, o aluguer de bicicletas, a existência de restaurante ou de bar não são atributos considerados como tão importantes pelos clientes.

Os utilizadores dos *hostels* procuram avidamente experiências e mais de 80% consideram que viajam para ter boas memórias e experiências com a cultura local, novos tipos de culinária e encontrar outros viajantes.

Cerca de 14% das reservas são feitas via *smartphone* ou *tablet*, sendo que as reservas feitas com dispositivos móveis são ainda reduzidas, mas em crescimento quando comparadas com os 6% reportados em 2013.

Um outro estudo levado a efeito pela BCG (Barton *et al.*, 2014), como já referenciado, evidencia a importância, no segmento *millennial*, dos 5 *R*'s do princípio de reciprocidade defendidos pelos autores (*Reach, Relevance, Reputation, Relation, Referral*) salientando, entre outros motivos:

- a) a importância da tecnologia e redes sociais nos *millennials* (37% dos *younger millennials* – entre os 18 e 24 anos – consideram que lhes falta algo se não forem ao *Facebook* ou *Twitter* diariamente);
- b) a utilização de tecnologias portáteis (67% dos *millennials* usa *smartphones* para aceder à *internet* contra 40% dos *baby boomers* e 20% dos *silents*);
- c) o acesso aos motores de busca (46% dos *millennials* acede aos motores de busca como o *Google* nas lojas, comparado com os 29% dos *baby boomers*);

⁴⁴ Um estudo efetuado aos *millennials* chineses mostra que estes consideram a informação *online* mais importante que as recomendações de familiares. Do mesmo modo, os mais importantes fatores para umas grandes férias é uma noite bem dormida e boas fotos para “*postar*” nas redes sociais, sendo que o aumento do conhecimento é a principal motivação da viagem (Wyse Travel, 2015a).

- d) a importância da *internet* como fonte de informação credível (50% dos *young millennials* e 47% dos *older millennials* confiam nos *websites* dos retalhistas).

Se é certo que Lee (2013) evoca que muitas das primeiras experiências em viagem passa pelos *hostels*, também é certo que 78% dos *millennials* indica que prefere aprender algo de novo quando viaja, enquanto 70% espera encontrar sítios que ofereçam experiências interativas e práticas, o que levou a novos conceitos de alojamento incluindo “*hostels, airbnb, couch surfing and home exchanges*”.

Como refere Lee (2013), os *hostels* permitem aos *millennials* conhecer outros *millennials*, enquanto interagem com os locais, mas também é certo que *Airbnb*, *couchsurfing* e troca de casas (*home exchange*) permitem aos *millennials* moverem-se da experiência de um hotel tradicional para se sentirem em casa numa nova cidade.

O aumento da *sharing economy*, como analisado no capítulo 4, tem levado igualmente a um olhar mais atento sobre esta nova realidade. Um estudo levado a cabo pela Phocuswright (Merlino & Quinby, 2015) sobre *shared spaces accommodation* em oito países e com mais de 8000 participantes, permitiu concluir que esta nova tendência não é apenas para *millennials* ou *price-sensitive travelers*, embora liderem, com um crescimento das reservas de viajantes mais velhos (no caso do mercado da Alemanha, a percentagem de reservas feitas por jovens (18-34 anos) é idêntica à do segmento entre os 35 e 54 anos, ambos com um peso de 40%).

Outra tendência é que o aumento exponencial deste mercado. Se, em 2012, apenas 3% dos americanos alugava um quarto ou parte de uma casa (*shared space*), esse valor subiu para os 9% em 2014 (tal como no Reino Unido), comparando-se com os 22% de americanos que alugam a totalidade de uma casa ou um apartamento.

Muitos dos viajantes procuram, além do preço, a possibilidade de viver uma experiência local, praticar a língua e ter acesso aos locais e à realidade cultural do anfitrião, com estadas, por norma, mais longas do que na utilização de outros meios de alojamento (nos E.U.A. a estada média em *share space* será de 7,4 dias contra os 5,7 dias nos outros tipos de alojamento).

Em conclusão, estamos perante rápidas transformações do mercado que as estatísticas, mesmo com limitações decorrentes da sua aplicação geográfica e temporal, evidenciam de forma clara. O mercado mostra vitalidade na procura de novas soluções de

alojamento que os turistas procuram, fruto de novas experiências ou novos modelos de comercialização.

Independentemente da figura que possa assumir, é certo que o turismo jovem apresenta níveis de crescimento atuais e futuros que o manterão ativo ao longo dos próximos anos.

6.8. Conclusões do capítulo

As estatísticas evidenciadas ao longo deste capítulo, e que são complementadas pelos outros dados e informações espelhados ao longo da investigação, mostram como os setores do turismo e da aviação comercial têm sabido, apesar das inúmeras crises, mostrar capacidade de transformação e adaptação às novas realidades sociais e da procura.

Também em Portugal, os indicadores têm evidenciado níveis de crescimento que permitem colocar Portugal na senda do sucesso internacional, com aumentos de tráfego nos aeroportos nacionais e nos principais indicadores de turismo, ao nível dos hóspedes, dormidas e, mais importante, das receitas turísticas.

O novo Plano Estratégico de Turismo – Turismo 2020 – apresenta metas de dormidas e de receitas, entre outras, capazes de continuar a mostrar a vitalidade do próprio setor e da capacidade, importância e peso que o turismo representa para a economia nacional.

O mercado das companhias aéreas de baixo custo há muito ultrapassou a sua natureza regional para ser hoje, mais do que nunca, uma realidade incontornável do setor da aviação comercial e que, ano após ano, tem sabido criar condições para manter níveis de operação e de rentabilidade crescentes.

Também o mercado jovem tem crescido ano após ano e o reconhecimento da sua importância mundial é sinal da sua afirmação enquanto segmento fundamental para o desenvolvimento do turismo. O crescimento do mercado dos denominados *millennials* mostra, acima de tudo, uma nova postura e atitude para os modelos mais convencionais de alojamento, dando maior importância ao contacto e às realidades locais, às redes sociais e à partilha *online* de experiências e de informação e explorando novos modelos de alojamento, que vão dos *hostels*, ao *couchsurfing* e ao *shared space*, ou seja, onde a economia colaborativa tem tido (e tudo indica continuará a ter) um grande e ativo papel na dinamização destas novas realidades.

Sendo, contudo, realidades recentes, também em Portugal, se dão, em alguns casos particulares, os primeiros passos em termos de sistematização e recolha de informação que ajude a melhor caracterizar o(s) mercado(s). É, nesse sentido, que se espera, no capítulo seguinte, dar um contributo para um melhor conhecimento da realidade das companhias aéreas de baixo custo e dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto.

7. Companhias aéreas de baixo custo e *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto

7.1. Introdução

O principal objetivo, neste capítulo, é centrar a análise sobre companhias aéreas de baixo custo e *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto.

Trata-se, como se compreende, do tratamento da informação e de dados operacionais mais diretamente ligados à investigação e que, como tal, ganham maior peso e importância na relação com os aspetos mais conceptuais analisados nos capítulos anteriores, em especial no que respeita ao transporte aéreo e ao turismo jovem.

Apesar do muito que se vem escrevendo ultimamente sobre companhias aéreas de baixo custo em Portugal e a sua importância para o desenvolvimento do turismo (com alguns investigadores portugueses com relevantes trabalhos publicados nessa área, como sejam os casos de Almeida, Barbot e Costa, entre outros), não existe, contudo, a mesma realidade sobre a temática *hostel* em Portugal e, muito menos, sobre a relação das companhias aéreas de baixo custo e os *hostels*. Por outro lado, alguns artigos sobre *hostels* e sobre a sua importância para o turismo, em ambas as cidades, são-no, quase sempre, de natureza jornalística ou descritiva e sem qualquer base científica. Mesmo assim, essa informação foi objeto de análise e de contextualização na presente investigação, pela importância e relevância no enquadramento histórico ou pela atualidade que pode trazer na sua análise.

Foram tidos em consideração – e devidamente integrados nesta investigação – os diferentes trabalhos científicos realizados sobre a temática *hostel* em Portugal, tema que, como mencionado, apresenta maiores limitações de investigação que as companhias aéreas de baixo custo.

Ter-se-á especial atenção aos dados relativos às companhias aéreas de baixo custo e à caracterização do mercado dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto.

Do mesmo modo, fruto das recentes alterações legais ao nível do alojamento local, será dada especial importância ao seu enquadramento legislativo e, pela importância à investigação e potencial concorrência desta tipologia de alojamento, ao mercado hoteleiro nestas duas cidades.

7.2. Companhias aéreas de baixo custo nas cidades de Lisboa e Porto

Como mencionado em Abrantes (2014a) “*o fenómeno low cost é relativamente recente em Portugal, em especial nos aeroportos de Lisboa e Porto*”.

As primeiras operações *low cost* em Portugal surgiram no ano de 1995, com voos da *Air Berlin* e, posteriormente, da *Ryanair* para o aeroporto de Faro (INAC, 2012).

Em Lisboa, as operações de companhias aéreas de baixo custo iniciaram-se em 1998, com as companhias *Virgin Express* (INAC, 2012) e também pela *Go Fly*, subsidiária da British Airways, com início dos voos a 23 de julho de 1998 (Flight, 1998).

No Porto, os primeiros voos *low cost* surgiram em 2004 com a *Air Berlin*, na sua ligação com Palma de Maiorca, tendo-se transportado, nesse ano, pouco mais de 13 mil passageiros (Caballero, Losada & Marrana, 2006). De acordo com Barbot (2008), foi a partir de 2005, com a chegada da *Ryanair*, que se deu o maior impulso ao desenvolvimento deste tipo de tráfego, até porque, entre 1999 a 2003, o aeroporto do Porto registou uma quebra de 5,61% no número de passageiros transportados (Caballero, Losada & Marrana, 2006).

Carballo-Cruz e Costa (2014) consideram que o aeroporto do Porto reunia todas as condições valorizadas pelas companhias aéreas de baixo custo para a instalação das suas bases operacionais: 1) a existência e capacidade de ampliação da sua área de captação de tráfego (*catchment area*) para o sul, centro e norte de Portugal, incluindo a região da Galiza; 2) a existência de infraestruturas renovadas e com capacidade não aproveitada, não colocando restrições operacionais à obtenção de *slots*, *turnaround* rápidos e com espaço para crescimento de tráfego; 3) preços competitivos nos serviços aeroportuários; 4) gestão focada no aumento da eficiência; e, 5) boas acessibilidades viárias e de acesso a transportes públicos (metro e autocarros), assim como, parques de estacionamento com preços reduzidos.

De acordo com os dados do INAC (2012), em 2004, a quota de mercado das companhias aéreas de baixo custo, neste aeroporto, era de apenas 0,6%. Três anos depois, em 2007, o seu peso já representava 30,1%, liderado pela *Ryanair* com 21,5%. Nesse ano, o mercado contava já com várias companhias aéreas de baixo custo, ou seja,

de acordo com Carbalho-Cruz e Costa (2014), além da *Air Berlin*, *Ryanair* e a alemã *Hapag-Lloyd Express* juntaram-se, nesse ano, a *easyJet*, *Transavia* e *Clickair*⁴⁵.

A criação de uma base operacional da *Ryanair* no Porto, em 2009, veio contribuir para o forte desenvolvimento do tráfego no Porto neste aeroporto e para o desenvolvimento do turismo na cidade, como evidenciado pelas investigações de Abrantes (2014a), Campilho (2014) e Carballo-Cruz e Costa (2014). Também Coentrão (2010), na sua análise sobre o impacto das companhias aéreas de baixo custo na cidade do Porto e a abertura de novas unidades de alojamento, salienta que a aviação *low cost* efetivamente ajudou a impulsionar a indústria hoteleira, ao mesmo tempo que esta situação “*se entrecruza com a reabilitação urbana da Baixa do Porto*”.

Em 2012, o tráfego europeu transportado neste aeroporto, em companhias aéreas de baixo custo, ascendia aos 55,4% dos passageiros. De acordo com F. Vieira (2014), aquando da conferência Turismo 2020 no Porto, as companhias aéreas de baixo custo e *charters* foram responsáveis por 57% do tráfego comercial em 2013, com a *Ryanair* a ser responsável por 38,1% do tráfego transportado, seguida da TAP com uma quota de 27,7% e a *easyJet* com 12,4%.

A *Ryanair* era, em finais de 2013, a principal companhia aérea no aeroporto do Porto com 2,43 milhões de passageiros transportados (ou seja um crescimento de mais 141,1 mil passageiros que em 2012). A TAP, que manteve a hegemonia até 2010, transportou, no mesmo período 1,77 milhões de passageiros. Depois de ter decrescido 2,6% face a 2011, a TAP reforçou a sua posição em 2013, aumentando o número de passageiros em 5,9% ou, em valor absoluto, crescendo 98 mil passageiros (ANA, 2012b; ANA, 2013b; Presstur, 2014b).

No entanto, dados publicados para 2014 (Presstur, 2015e) apontam para que as companhias “tradicionais” tenham ganho terreno às *low cost*, com aumentos de 11% face a um crescimento de 10,7% das companhias aéreas de baixo custo. Mesmo assim, a *Ryanair* viu reforçada a sua liderança no aeroporto com um aumento de 121,3 mil passageiros (2,55 milhões de passageiros), enquanto a TAP estagnou com uma perda pouco significativa de aproximadamente 3500 passageiros face a 2013 (1,76 milhões de

⁴⁵ Os autores consideraram igualmente na sua análise a *Brussels Airlines*, companhia que, no entanto, não assumia características de *low cost carrier*. A *Clickair* foi objeto de fusão com a *Vueling* (2008).

passageiros). *EasyJet* (822,4 mil passageiros), *Transavia* e *Lufthansa* completam o *top 5* do aeroporto do Porto.

Tabela 34

Tráfego comercial de passageiros – 2002-2012

Aeroportos/Anos	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Aeroporto de Lisboa											
Companhias Aéreas de Baixo Custo	0,6%	2,1%	4,2%	5,9%	11,3%	14,1%	14,8%	15,0%	14,4%	13,7%	15,3%
Companhias Aéreas Regulares	95,3%	93,4%	89,3%	87,9%	83,7%	81,7%	81,4%	81,9%	82,3%	84,3%	83,3%
<i>Charters</i>	4,1%	4,5%	6,5%	6,2%	5,0%	4,2%	3,8%	3,1%	3,3%	2,0%	1,4%
Aeroporto do Porto											
Companhias Aéreas de Baixo Custo	0,0%	0,0%	0,5%	10,7%	19,8%	31,3%	37,4%	43,8%	49,8%	54,1%	55,4%
Companhias Aéreas Regulares	93,1%	91,7%	87,3%	81,8%	73,9%	63,3%	58,2%	53,1%	46,8%	44,0%	43,1%
<i>Charters</i>	6,9%	8,3%	12,2%	7,5%	6,3%	5,4%	4,4%	3,1%	3,4%	1,9%	1,5%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da ANA (2003-2013)

No aeroporto de Lisboa, pela importância e desenvolvimento do *hub* da TAP e a maior concentração da sua atividade de/para os mercados do Brasil e África, as companhias aéreas de baixo custo têm tido uma penetração no mercado mais controlada. Dados de 2013 (ANA, 2013a; Presstur, 2014a; Presstur, 2014e) evidenciam que a TAP domina no aeroporto de Lisboa tendo reforçado a sua posição em 2013 (9,46 milhões de passageiros em 2013 contra 9 milhões de passageiros, que, mesmo assim, já representaram mais 5,5% que em 2011). Em termos de quota de mercado, a TAP reforçou a sua posição com 59,1% do tráfego no aeroporto de Lisboa, mais 0,2 p.p. face a 2012 e mais 1,4 p.p. que em 2011. A *easyJet* continua a segunda principal companhia aérea no aeroporto de Lisboa com uma quota de 11,4% (1,82 milhões de passageiros, ou seja, um crescimento de mais 21,9 mil passageiros face a 2012). Após a abertura da sua base operacional, a partir de abril de 2012, e dos novos voos para Amesterdão, Copenhaga, Veneza, Astúrias (Oviedo) e Bordéus (Afonso, 2012)⁴⁶, a *easyJet* viu, contudo, baixar a sua quota de mercado em 0,3 p.p. no decorrer de 2013.

Dados publicitados pelo Presstur relativos a 2014, mostram que a TAP bateu o recorde de passageiros em Lisboa, com mais de 10 milhões de passageiros, mas viu a sua quota de mercado baixar para os 56,1% face à entrada de novos concorrentes no mercado (Presstur, 2015d).

A entrada da *Ryanair* no mercado, superando um milhão de passageiros em 2014 neste aeroporto (1.035.894 passageiros) e uma quota de mercado de 5,7% (Presstur, 2015c), deu um forte contributo para que as companhias aéreas de baixo custo atingissem, no

⁴⁶ Com exceção de Amesterdão todos os restantes destinos já foram cancelados.

final desse ano, uma quota de mercado de 21,2%. A *easyJet* continua a segunda principal companhia aérea no aeroporto de Lisboa, embora sofrendo, como se disse, uma ligeira quebra do seu tráfego (Presstur, 2015b).

Abrantes (2014a) verificou o comportamento evidenciado pelas companhias aéreas tradicionais e de baixo custo nos aeroportos de Lisboa e Porto ao longo dos anos, em função dos destinos europeus a operar por essas companhias⁴⁷. Enquanto no aeroporto do Porto o aumento dos voos das companhias aéreas de baixo custo levou à redução significativa da atividade das companhias aéreas tradicionais, liderando em termos dos destinos oferecidos (com especial relevância para a *Ryanair*, como já referido), no aeroporto de Lisboa, são os voos das companhias aéreas tradicionais que dominam o mercado, como se viu pelo reforço da quota de mercado da TAP, neste aeroporto, em 2013.

Como expresso igualmente em Abrantes (2014a), existe contudo uma diferença significativa entre o processo de entrada das companhias aéreas de baixo custo no aeroporto do Porto e em Lisboa. Enquanto na cidade do Porto a maioria das rotas são novas, em Lisboa a maioria das rotas são operadas pelas companhias aéreas tradicionais (a que não será alheio o projeto de expansão da TAP na consolidação do seu *hub* no aeroporto de Lisboa).

Apesar da aposta da *Ryanair* se ter focado inicialmente em aeroportos secundários (casos dos voos do Porto de/para Frankfurt-Hahn, Bruxelas-Charleroi, Londres-Stansted, Milão-Bergamo (Orio al Serio), Paris-Beauvais e Paris-Vatry ou Munique-Memmigen), de modo a não conflitar com os interesses das companhias aéreas tradicionais instaladas e a obter vantagens financeiras adicionais na utilização desses aeroportos, nota-se uma alteração de paradigma com a nova aposta em aeroportos principais, como é o caso de Bruxelas-Zaventem (a par com Bruxelas-Charleroi), Milão-Malpensa (a par com Milão/Bergamo-Orio al Serio) e uma maior focagem em aspetos de natureza comercial, como sejam, a comercialização através dos *GDS* e aposta no mercado *corporate*, entre outras.

⁴⁷ Foram retiradas da análise as rotas dos Açores sujeitas, na altura, a regras de serviço público. Apenas foram consideradas as rotas na Europa (a *Ryanair* tinha igualmente voos para Marrocos, entretanto cancelados em janeiro de 2012 e, como tal, também não considerados).

Em Lisboa, a maioria das rotas são ainda operadas em exclusivo por companhias aéreas tradicionais, embora as companhias aéreas de baixo custo se encontrem a ocupar algum desse espaço, em especial a partir do momento da criação das suas bases operacionais.

As companhias aéreas tradicionais têm conseguido proteger muito do tráfego que transportam, em especial em Lisboa, evitando a sua transferência para as companhias aéreas de baixo custo. No aeroporto do Porto a pressão das companhias aéreas de baixo custo é evidente e vai-se intensificar com a criação da base operacional da *easyJet*, a partir do verão Iata 2015, embora numa aposta em rotas não coincidentes com rotas já operadas.

Apesar da entrada da *Ryanair* em Lisboa em novembro de 2013 e da base operacional criada pela *easyJet* em abril de 2012, a TAP reforçou a sua quota de mercado (0,2 p.p.) enquanto a *easyJet* viu baixar a sua posição (-0,3 p.p.). O reforço de frota da TAP, em 2014, com o lançamento de onze novas rotas (Dinheiro Vivo, 2014) deixava antever que a posição da TAP se viria a manter ou reforçar no final de 2014, como aconteceu, com o aumento do número de passageiros transportados (716.671 passageiros), mas com perda da quota de mercado devido à entrada no mercado de novos concorrentes (Presstur, 2015b). No entanto, as irregularidades operacionais sofridas pela TAP no verão Iata 2014, devido a atrasos no *phase-in* da frota e de pilotos, além das greves, tiveram impacto negativo nas contas da empresa, que atingiu resultados líquidos negativos de 46,4 milhões de euros (Grupo TAP, 2015).

Ao longo dos anos as companhias aéreas estrangeiras foram criando as suas bases operacionais no mercado nacional, com o primeiro passo a ser dado pela *Ryanair* no aeroporto do Porto (3 de setembro de 2009), seguindo-se-lhe o aeroporto de Faro (25 de março de 2010) e, mais recentemente, em Lisboa (2 de abril de 2014).

Também a *easyJet* criou as suas bases, inicialmente em Lisboa, em 19 de abril de 2012 e no aeroporto do Porto, a partir de 26 de março de 2015, com o anúncio inicial de quatro rotas adicionais (entretanto já reforçada com novos destinos).

A vantagem na criação destas bases operacionais para as companhias aéreas traduzem-se em compensações monetárias em investimentos (quase sempre promocionais através de apoios diretos ou via o programa *Initiave 2.0*), ao mesmo tempo que contribuem para a criação de emprego local, através do baseamento de aviões (que se podem traduzir no

recrutamento de tripulações locais e reforço das equipas comerciais e operacionais nos aeroportos operados)⁴⁸.

A Tabela 35 abaixo resume os contributos dados pelas companhias aéreas de baixo custo com a criação das bases operacionais nos aeroportos nacionais. Como se pode constatar, o ano de 2015 será um ano de expansão para estas companhias aéreas em território nacional com a abertura de uma base operacional da *easyJet* no Porto (Felismino, 2014) e outra da *Ryanair* nos Açores. Foi a alteração do modelo de rotas de serviço público entre o Continente e a Região Autónoma dos Açores que ditou a abertura deste mercado, com a *easyJet* a voar, a partir de março de 2015, entre Lisboa e Ponta Delgada e a *Ryanair*, a partir do mês seguinte, criando uma base operacional neste aeroporto e lançando três novas rotas, à saída deste aeroporto, para Lisboa, Porto e Londres-Stansted (Diário dos Açores, 2014; Melo, 2014):

Tabela 35

Impactos económicos da abertura de bases operacionais em Portugal

Companhia Aérea	Bases	Ano de criação	Nº aviões baseados	Rotas	Passageiros/ano	Postos de trabalho criados
<i>Ryanair</i>	Porto	2009	3	4 novas rotas (16 rotas operadas)	Total de 1,5 milhões	1.500
	Faro	2010	3	4 novas rotas (duplicar os voos para as rotas já existentes)	Total de 1,3 milhões	150
	Lisboa	2014	1	7 novas rotas (reforçar as 4 já existentes)	Total de 900 mil	900
	Ponta Delgada	2015	1	3 novas rotas	Total de 350 mil	350
<i>easyJet</i>	Lisboa	2012	2	5 novas rotas (21 rotas operadas, algumas reforçadas)	Adicional de 225 mil	100
	Porto	2015	2	4 novas rotas (11 rotas operadas)	Total de 1 milhão	80

Fonte: Elaboração própria com base nos “*press release*” das companhias aéreas. Criação de emprego (direto e indireto) estimado de acordo com os critérios da ACI.

⁴⁸ A ANA e o TP assinaram, em fevereiro de 2015, um protocolo no valor de dez milhões de euros, visando incentivar a procura turística nos próximos cinco anos (Ledo, 2015).

As Tabelas 36 (*easyJet*) e 37 (*Ryanair*) apresentam, para estas duas companhias aéreas de baixo custo, as diferentes rotas abertas ao longo das suas presenças em Portugal para os aeroportos de Lisboa e Porto (as rotas identificadas a negrito representam os destinos previstos operar em 2015 e 2016, algumas das quais, de natureza sazonal).

Para o verão de 2015, segundo dados recolhidos junto dos *sites* das companhias aéreas e imprensa especializada, a *easyJet* tem previsto operar para 18 destinos à partida de Lisboa e para 12 destinos à partida do Porto. A partir de outubro de 2015 a *easyJet* irá igualmente operar um novo voo para Lille (França), como novas rotas já anunciadas, para 2016, para Nantes (França) e Funchal (do aeroporto do Porto).

Tabela 36

Operação da *easyJet* nos aeroportos de Lisboa e Porto

<i>easyJet</i>			
Anos	Lisboa	Anos	Porto
2005	Geneve (outubro)	2005	-
2006	Londres-Luton, Paris-Charles de Gaulle, Basileia (março); Milão-Malpensa (abril)	2006	-
2007	Berlim-Schoenefeld (maio); Bristol, Londres-Gatwick (outubro); Madrid, Liverpool (novembro)	2007	Geneve (junho); Basileia (outubro)
2008	Lyon (abril); Funchal (outubro)	2008	Paris-Charles de Gaulle (fevereiro); Lyon (abril)
2009	Roma (novembro-novembro 2013)	2009	Londres-Gatwick (novembro)
2010	Edimburgo (maio); Toulouse (setembro-novembro 2012); Barcelona-El Prat (outubro-janeiro 2013)	2010	Milão-Malpensa (fevereiro-novembro 2012)
2011	-	2011	-
2012	Amsterdão (abril); Copenhaga (abril - março 2013); Bordéus (abril); Veneza (abril-março 2014); Astúrias-Oviedo (abril-março 2014)	2012	Toulouse (março)
2013	Bilbau (março); Valência (abril-novembro 2013); Luxemburgo (dezembro)	2013	-
2014	Nice (abril)	2014	-
2015	Ponta Delgada (março); Lille (outubro)	2015	Bristol, Londres-Luton, Manchester, Nantes (março); Estugarda, Luxemburgo (junho)

Nota: Rotas a negrito representam rotas em operação. Muitas das rotas são operadas de forma sazonal ou descontinuadas durante temporadas voltando a operar novamente em função do potencial de mercado

Fonte: Elaboração própria

Por seu lado, a *Ryanair* prevê operar para 41 destinos à partida do Porto, com 17 rotas previstas de/para a sua base operacional de Lisboa. A partir de outubro de 2015, a *Ryanair* irá ligar igualmente o Porto a Colónia.

A operação da *Ryanair* evidencia uma maior aposta em aeroportos secundários, sendo que, nos últimos anos, se consegue verificar uma mudança na operação com a maior utilização de aeroportos principais.

A aposta no aeroporto do Porto é notória, com muitos dos voos inicialmente anunciados na criação da base operacional a manterem a sua operação. Será expectável que, nos próximos anos, o aeroporto de Lisboa venha a ter um idêntico (ou mesmo superior) volume de operações, pela importância do destino e da maior capacidade de geração de tráfego.

Tabela 37

Operação da *Ryanair* nos aeroportos de Lisboa e Porto

<i>Ryanair</i>			
Anos	Lisboa	Anos	Porto
2005		2005	Londres-Stansted (janeiro); Frankfurt-Hann (outubro)
2006		2006	Liverpool, Paris-Beauvais (fevereiro); Dublin (abril); Madrid, Marselha (novembro)
2007		2007	Barcelona-Girona (março-novembro 2010); Estocolmo-Skavsta (outubro-outubro 2008); Pisa (outubro-março 2013); Valência (outubro) ; Bristol (novembro-); Milão-Bergamo (dezembro)
2008		2008	Bruxelas-Charleroi (março) ; Birmingham (junho)
2009		2009	Basileia (setembro-dezembro 2009); Eindhoven, Lille, Saint Etienne, Tours (setembro); Baden-Baden, Dusseldorf-Weeze, Faro, Gran Canária (Las Palmas), Tenerife Sul (outubro)
2010		2010	Bordéus (março); Carcassonne (junho); Barcelona-El Prat, Bremen, Bolonha, Maastrich, Munique-Memmingen (novembro); Rodez
2011		2011	Roma-Ciampino (janeiro); La Rochelle, Paris-Vatry (março)
2012		2012	Dole (abril), Palma de Maiorca (maio)
2013	Bruxelas-Zaventem, Frankfurt-Hann, Londres-Stansted, Paris-Beauvais (novembro)	2013	Dortmund, Clermont-Ferrand, Estrasburgo (março); Hamburgo-Lubeck, Nuremberga (abril - março 2014)
2014	Dole, Dublin, Manchester, Marselha, Pisa, Porto (abril); Faro (abril-abril 2014); Roma-Ciampino, Milão-Bergamo, Hamburgo, Bremen, Eindhoven (novembro)	2014	Bruxelas-Zaventem (fevereiro); Lisboa (abril); Rennes, Limoges (julho-setembro); Berlim-Schoenefeld, Hamburgo (outubro)
2015	Varsóvia-Modlin (março); Ponta Delgada (abril)	2015	Lorient, Ponta Delgada (abril), Colónia (outubro)
2016		2016	Copenhaga (março)

Nota: Rotas a negrito representam rotas em operação. Muitas das rotas são operadas de forma sazonal ou descontinuadas durante temporadas voltando a operar novamente em função do potencial de mercado

Fonte: Elaboração própria

No entanto, são várias as companhias aéreas de baixo custo que voam⁴⁹ (ou irão iniciar voos, em 2015) para estas cidades, cujas principais operações se resumem na tabela

⁴⁹ Muitas outras companhias aéreas de baixo custo deixaram igualmente o mercado, como foram o caso da *Clickair* (Espanha), fruto da fusão com a *Vueling*, *BmiBaby* (Reino Unido), *My Air* (Itália), *Sky Europe* (República Checa), *Cimber Sterling* (Escandinávia), *Centralwings* (Polónia) e *Volotea* (Espanha), entre outras.

seguinte. De salientar que, com exceção da companhia aérea canadiana *Rouge*, que iniciou voos entre Lisboa e Toronto (Canadá), em junho de 2014, todas as restantes companhias operam no médio curso (não será, contudo, a primeira operação de uma *long haul low cost* para os aeroportos nacionais, depois da experiência falhada da brasileira *BRA*).

Tabela 38

Operações de outras companhias aéreas de baixo custo em Lisboa e no Porto

Companhia Aérea	Aeroporto	Rotas	Rotas Descontinuadas
<i>Aer Lingus</i>	Lisboa Porto	Dublin, Cork (S) -	
<i>Germanwings</i>	Lisboa Porto	Colónia/Bona, Estugarda -	
<i>Fly Be</i>	Lisboa Porto	- Birmingham	
<i>Norwegian</i>	Lisboa Porto	Oslo-Gardermoen, Copenhagen, Estocolmo-Arlanda (S), Helsinquia (S), Bergen (S) -	
<i>Rouge</i>	Lisboa Porto	Toronto (S) -	
<i>Transavia</i>	Lisboa Porto	Amesterdão, Eindhoven, Nantes, Paris-Orly Amesterdão, Funchal, Lyon, Nantes, Paris-Orly	
<i>Vueling</i>	Lisboa Porto	Bruxelas, Barcelona, Ibiza, Paris-Orly Paris-Orly, Barcelona, Bruxelas	Madrid, Sevilha
<i>Wizz Air</i>	Lisboa	Varsóvia, Budapeste	

Fonte: Elaboração própria

(S): Rota Sazonal

O aparecimento de novas companhias aéreas de baixo custo nos aeroportos de Lisboa e Porto, pela importância para a presente investigação, tem levado a enormes pressões sobre a companhia aérea nacional TAP, muitas vezes traduzida numa “guerrilha” comercial de palavras, onde a *Ryanair* tende a ser mais assertiva e acutilante.

Aquando da conferência de imprensa sobre o início das operações da *Ryanair* no aeroporto de Lisboa (Barradas, 2013), a partir de novembro de 2013, o vice-presidente da *Ryanair* Michael Cowley considerava que “*vamos ajudar no crescimento do turismo em Lisboa*” ao mesmo tempo que apontava para que a *Ryanair* fosse, a curto prazo, a principal companhia aérea em Portugal pois “*já somos a maior companhia em Faro e no Porto*” e “*tencionamos fazer exactamente o mesmo em Lisboa*”.

No início das operações em Lisboa, o diretor de marketing e vendas da *Ryanair* Luis Fernandez-Mellado considerava que esta operação iria “*ser extremamente positiva para a indústria do turismo e terá um impacto positivo na criação de postos de trabalho (...)*”, ao mesmo tempo que assinalava que “*Lisboa está, claramente, mal servida e*

precisa de tarifas baixas para materializar todo o seu potencial como destino de turismo (...). A longo prazo, será condicionada pela habilidade de manter uma base low cost sustentável, o que vai determinar a capacidade de desenvolver a nossa rede em Lisboa para níveis semelhantes ao que temos no Porto ou até mais.” (Afonso, 2013c).

Também Michael O’Leary, CEO da *Ryanair*, em entrevista ao *Publituris* (Afonso, 2013b), ainda antes do início das operações para Lisboa e numa fase de negociação com o aeroporto, reafirmava que as infraestruturas aeroportuárias eram um problema ao programa de expansão da *Ryanair* para Lisboa. Como referia “*A proposta que fizemos anteriormente ao Governo português consagrava numa base com oito aviões, 40 novas rotas e quatro milhões de passageiros adicionais por ano, o que iria transformar todo o aeroporto. Mas as infra-estruturas em Lisboa, fisicamente, não têm a capacidade para tratar de volume de tráfego.*” (p. 38).

Com a inauguração da nova base operacional em Lisboa, em abril de 2014, a *Ryanair* deixava claro, mais uma vez, que pretendia, entre os próximos 18 meses a dois anos, ultrapassar a TAP e tornar-se na principal companhia aérea no aeroporto de Lisboa e deter, no final de 2014, uma quota de mercado nacional de 16%, com cerca de 5 milhões de passageiros transportados (D. Mendes, 2014). Mais recentemente, Michael O’ Leary deixava antever que precisará de mais tempo para esse seu objetivo de “*ser a primeira companhia em Portugal*” ao confirmar que “*Hoje temos seis milhões de passageiros em Portugal e a TAP tem 10,5 milhões. Em três anos, esperamos crescer para 12 milhões de passageiros e superar a TAP*” (Saraiva, 2014b).

A TAP tem sido mais crítica quanto à subsidiarização das companhias aéreas de baixo custo. Como reafirmava Luiz Mór, vice-presidente da TAP em entrevista ao *Publituris* (Afonso, 2013a), aquando da entrada da *Ryanair* em Lisboa, “*O problema destas coisas é que não são transparentes. Tanto o apoio via Iniciativa.pt, quanto aos apoios que a ANA dá de forma directa ou indirecta, utilizando a Portway⁵⁰ não são transparentes e isso preocupa-me, nomeadamente o facto de trazer práticas anti-competitivas maiores para o Aeroporto de Lisboa. Algo que, na realidade, já existe, pois o contracto feito com a EasyJet foi igualmente de apoios que criam tensões competitivas.*”

⁵⁰ Empresa de *handling* aeroportuário cujo principal acionista é a ANA – Aeroportos de Portugal.

Luiz Mór veio novamente reafirmar os apoios dados às companhias aéreas de baixo custo, seja de forma direta ou indireta, com impacto na operação da própria TAP. Como mencionava, “*a TAP subsidia indiretamente a Ryanair no Porto*” ao criar as condições no aeroporto de Lisboa que permitem à ANA subsidiar o aeroporto do Porto. Também no caso da *easyJet*, Mór questiona a razão “*porque a EasyJet é subsidiada na rota para a Madeira e a TAP não*” (Saraiva, 2014a).

O crescimento empreendido pela TAP, como já referido anteriormente, traduzido na abertura de 11 novas rotas em 2014, foi a fórmula utilizada para tentar manter a sua quota de mercado e crescer em número de passageiros.

Mesmo assim, com a criação da base operacional da *Ryanair* em Lisboa, inaugurada em abril de 2014, a TAP perdeu cinco pontos percentuais de quota de mercado do primeiro para o segundo semestre de 2014 (Saraiva, 2014b). Dados apurados para o último trimestre de 2014, mostram que a TAP atingiu o valor mais baixo de sempre no aeroporto do Porto (23%) e de Lisboa (54%), fruto do aumento da concorrência das companhias aéreas de baixo custo e da instabilidade laboral vivida pela empresa nesse período (Cardoso, 2015).

Os dados apresentados mostram que quer Lisboa quer o Porto são hoje cidades com forte movimentação de voos de companhias aéreas de baixo custo, com todos os principais *players* europeus a voar, em especial para Lisboa, e/ou com bases operacionais nos principais aeroportos nacionais.

Esta situação, face às fragilidades económico-financeiras da TAP Portugal vai criar maiores condicionantes a esta empresa, que vem concentrando a sua operação no aeroporto de Lisboa e saindo de mercados com maior natureza turística ou com maiores dificuldades de integração na sua rede de exploração.

O desenvolvimento e o aumento do tráfego das companhias aéreas de baixo custo nestas cidades têm criado oportunidades acrescidas de negócio a que os *hostels* têm dado igualmente resposta, dada a maior correspondência, como analisado nos capítulos mais teóricos, entre estes modelos de negócio assentes no fator preço.

7.3. Mercado dos *hostels* em Lisboa e Porto

7.3.1. Alojamento local: seu enquadramento legal e impactos no mercado

O primeiro *hostel* em Portugal surgiu em abril de 2005, altura em que não havia qualquer enquadramento legal da atividade.

A problemática do alojamento local (AL) foi, como já mencionado, apenas prevista no Decreto-Lei n.º 39/2008 de 7 de março, que aprovou o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos (RJET). Como referido no seu art. 3º, “*consideram-se estabelecimentos de alojamento local as moradias, apartamentos e estabelecimentos de hospedagem que, dispondo de autorização de utilização, prestem serviços de alojamento temporário, mediante remuneração, mas não reúnam os requisitos para serem considerados empreendimentos turísticos*”. Como mencionava Torres (2014c) “*a figura do alojamento local foi criada (...) para integrar duas realidades: o alojamento paralelo ou clandestino há muito existente no terreno e enquadrar tipologias extintas (pensões, motéis e estalagens), que não reunissem condições para serem consideradas empreendimentos turísticos.*”⁵¹

Pela Portaria n.º 517/2008 de 25 de junho (mais tarde alterada pela Portaria n.º 138/2012 de 14 de maio), foram definidos os requisitos mínimos a observar pelos estabelecimentos de alojamento local, assim como, a caracterização das tipologias previstas no Decreto-Lei anteriormente mencionado, ou seja:

- Considera-se *moradia* o estabelecimento de alojamento local cuja unidade de alojamento é constituída por um edifício autónomo, de carácter unifamiliar;
- Considera-se *apartamento* o estabelecimento de alojamento local cuja unidade de alojamento é constituída por uma fração autónoma de edifício;
- Considera-se *estabelecimento de hospedagem* o estabelecimento de alojamento local cujas unidades de alojamento são constituídas por quartos.

⁵¹ Torres publicou um outro artigo sobre a mesma temática, quase coincidente no tempo, onde aborda aquilo que designou como “*a nova lei hoteleira*” (Torres, 2014a), assim como, um documento mais completo, publicado no *Forum Turismo 2.1.*, onde voltou a colocar a tónica, como se verá mais adiante, em alguns pontos mais fraturantes do AL (Torres, 2014b).

Com a aprovação do novo regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, através do Decreto-Lei n.º 15/2014 de 23 de janeiro (que veio alterar o Decreto-Lei n.º 39/2008 de 7 de março), assumiu-se a necessidade legal de autonomizar a figura do alojamento local em diploma próprio, de forma a melhor o adaptar à realidade do mercado e da oferta de serviços de alojamento, ao mesmo tempo que, se autonomizavam os dois regimes jurídicos: um para os empreendimentos turísticos e outro para o alojamento local.

Esse entendimento foi, muitas vezes defendido quer pelo Secretário de Estado do Turismo (SET) quer pelas próprias associações do setor, sobre a necessidade, acima de tudo, de formalizar alguns dos aspetos ligados à evasão fiscal, segurança e concorrência desleal. Em entrevista ao Jornal Público, Mesquita Nunes defendia que *“quanto mais fácil for o acesso, maior é a sua formalização e não haverá desculpa para que a pessoa continue no mercado informal. Não é intenção do Governo nem vedar, nem limitar o acesso a esta actividade.”*, completando que *“as minhas expectativas são criar condições para que o produto se desenvolva dentro da formalidade.”* (Silva & Santos, 2014).

Esta situação foi o culminar de alguma insatisfação crescente do mercado, à medida que o alojamento local ia crescendo de forma pouco organizada. Sem dúvida que a AHP tem sido, desde o início, bastante crítica com o facilitismo previsto para a legalização dos projetos de alojamento local. Em julho de 2013, a presidente da direção executiva da AHP, deixava claro que *“é necessária uma revisão de toda a legislação para um maior equilíbrio de deveres e obrigações que são impostas às diferentes categorias de alojamento existentes”*. Como mencionava, *“(…) as exigências ao nível da segurança e controlo, enquadramento fiscal e laboral dos seus funcionários, entre outras, são diferentes quando comparadas com todos os requisitos estabelecidos aos hotéis.”* (Monteiro, 2013b). Mais tarde, em abril de 2014, a mesma responsável voltava ao tema sobre a *“imprescindível regulação da oferta do alojamento local”*, até porque o quadro legal existente não dava resposta às novas tendências do mercado (nomeadamente os *hostels*) e ao sobredimensionamento do mercado. Como dizia *“Hoje cabem no AL apartamentos; quartos; ex-pensões; ex-motéis; ex-estalagens; casas de hóspedes; moradias; hostels ... Cabe o bom e o mau.”* (C. Vieira, 2014).

C. Vieira (2014) apontava uma série de medidas que deviam ser reguladas. Era necessário distinguir o AL da hotelaria e igualmente distinguir o AL da habitação, regular os aspetos de segurança e higiene, assim como, de transparência e *accountability* (com o registo da atividade nas Finanças e no Turismo de Portugal, existência de um livro de registo de hóspedes, reporte da atividade ao TP e ao INE), fiscalização e distinção dentro do AL, através da criação da figura do *hostel*, pela sua importância internacional e para lhe dar proteção legal, evitando-se, assim, a “*indevida apropriação do nome por outro tipo de oferta*.” (situação igualmente defendida pelo Presidente da AHP – Monteiro, 2014b).

Também Ribeiro (2014), no seu relatório profissional para a obtenção do título de especialista, apontava várias propostas para a regulação do AL, quer ao nível das tipologias, incluindo a figura “*hostel*” e seus requisitos de áreas, infraestruturas, serviço e segurança, assim como, requisitos para a prestação dos serviços de AL, quer do ponto de vista legal (com a autorização – alvará – a ser emitido pelo TP ou, por delegação, juntos das ERT, em detrimento das licenças emitidas pelas autarquias), fiscal, de segurança e de exploração e funcionamento. Do mesmo modo, a proposta apresentada apontava igualmente para requisitos na abertura, fiscalização, segurança, exploração e funcionamento, assim como, normas sancionatórias em caso de infração ou de interdição temporária, por falta de cumprimento das disposições legais aplicáveis.

Manuel Proença, presidente do Grupo Hoti Hotéis alertava, em julho de 2014, que “*Portugal não pode ser uma enorme camarata*” e que a perceção é de que Portugal estava a evoluir, cada vez mais, no sentido de um destino *low cost*. Como mencionava, caso a tendência se mantivesse ou se viesse a acentuar, “*(...) é bem possível que alguns dos nossos hoteleiros da hotelaria dita económica, ou budget, venham a transformar os seus hotéis em hostels, instalando nos seus quartos camaratas de beliches ou treliches*.” (Proença, 2014).

O mesmo sentimento era transmitido por Patricia Liz, *managing partner* da Aguirre Newman que considerou que “*a existência de hostels é interessante para a cidade mas não tem que se tornar a principal fonte de oferta hoteleira*” pois “*a hotelaria tem sido afetada pela degradação de preços e baixas taxas de ocupação, para as quais também tem contribuído o surgimento acentuado das unidades de alojamento local*.” (Limão, 2014).

Também Torres (2014b) deixava claro que se existia um excesso de oferta de alojamento, “(...) a intervenção do legislador deveria ter sido mais cautelosa. Os baixos preços praticados, as insatisfatórias taxas de ocupação face à qualidade da oferta existente assim o reclamavam. Permitir, ou até estimular, mais estabelecimentos pouco qualificados onde já exista oferta hoteleira excedentária, é, uma opção legislativa, no mínimo questionável.”

Verificava-se, na altura, que muitos dos intervenientes se mostravam bastante críticos com a potencial concorrência desleal, incerteza legislativa e menores exigências legais que significariam maiores pressões no alojamento já existente, podendo levar a um excesso de oferta no mercado.

Mas nem todas as opiniões foram críticas. Souza (2013), enquanto presidente da direção da Associação Portuguesa de Alojamento Local, defendeu a importância deste novo meio de alojamento, salientando tratar-se um dos principais responsáveis pela renovação dos centros urbanos, sem onerar os fundos públicos, ao mesmo tempo que realçava a importância do alojamento local na “sua função de diversificação da oferta turística portuguesa”.

O Decreto-Lei n.º 128/2014 de 29 de agosto, sobre o Regime Jurídico do Alojamento Local (RJAL), vem dar cobertura legal a essas vertentes, tendo em atenção que “estas novas realidades surgem agora, não como um fenómeno residual, mas como um fenómeno consistente e global”, na medida em que “a dinâmica do mercado da procura e da oferta do alojamento fez surgir e proliferar um conjunto de novas realidades de alojamento”. Para Souza (2013) foi a proliferação dos voos “low-cost” e a possibilidade de reservas diretas via *internet* que permitiram o desenvolvimento do “short term rentals”, assente em estadias curtas, urbanas e frequentes em alojamentos privativos nos centros históricos.

Se é certo que o novo diploma mantém os três tipos de estabelecimentos de AL, é igualmente consignada a figura do *hostel*. Como expresso no art. n.º 14, só podem utilizar a denominação de *hostel* as unidades que sejam única ou maioritariamente assentes em dormitórios, sendo que, os restantes requisitos seriam objeto de aprovação em Portaria específica para o efeito (como aconteceu com a publicação do Decreto-Lei n.º 63/2015 de 23 de abril).

Mesmo assim, apesar de publicada a nova lei, as posições críticas quanto à sua aplicabilidade prática não deixaram de se fazer sentir no mercado.

Aquando do congresso da AHP, em outubro de 2014, Antunes (2014) relatava que “*a explosão de apartamentos privados em Lisboa e no Porto a funcionar como alojamento local, a falta de fiscalização a este nível e a pressão gerada no embaratecimento de preços das dormidas foram temas que aqueceram o congresso (...). Segundo a AHP, a recente lei do alojamento local não resultou na garantia clara de acabar com as chamadas camas paralelas ou ilegais, destacando-se aqui a falta de fiscalização, também em matéria de pagamento de impostos, o principal objetivo do diploma (...)*”. Por outro lado, também a facilidade de enquadramento foi objeto de análise ao considerar que “*(...) estas unidades funcionam apenas com licença de habitação e para abrirem basta haver um pedido, que é deferido pela câmara, para no próprio dia poderem funcionar.*” No resumo dos painéis do congresso, Luís Veiga salientava que foi “*(...) o crescimento do turismo urbano que em Lisboa e no Porto levou ao peso excessivo do alojamento local*” e que, em Lisboa, já é “*superior a 25%*” (Elias, 2014).

Essa mesma preocupação esteve novamente patente no congresso da AHP em Évora, entre 25 e 27 de outubro de 2015, com Luis Veiga a destacar que “*nascem por dia em Portugal 63 estabelecimentos de alojamento local*”, sendo que o fenómeno deixou de estar circunscrito a uma mera exploração turística na medida em que existirão, no mercado, “*(...) dezenas de apartamentos que pertencem a um único proprietário.*” (Antunes, 2015b).

Torres (2014c) considera que colocar no mesmo plano de igualdade normativa o RJET e o RJAL foi um erro, advogando ainda que não se considerou um princípio de subsidiariedade, ou seja, apenas deveria haver criação de alojamento local onde não existisse uma oferta suficiente de empreendimentos turísticos (capacidade instalada ou projetada) e, nos casos onde existisse capacidade instalada ou excedentária, apenas deveriam ser autorizados projetos “*reconhecidamente inovador da oferta de alojamento turístico ou associado à recuperação de imóveis*”.

Um outro aspeto que considera menos feliz prende-se com a permissividade com a criação de “*hostels híbridos*”, na medida em que, ao se permitir que um *hostel* possa ter dormitórios e também quartos ou *suites* permite que “*o estabelecimento possa*

concorrer, em simultâneo, no segmento do alojamento local e no da hotelaria tradicional, através de um significativo número de quartos e ou suites.”

Entre outros aspetos, Torres (2014c) mostra-se igualmente crítico com a isenção da taxa de registo dos *hostels*, o que considera “*um privilégio dos estabelecimentos de alojamento local, contrastando com os empreendimentos turísticos, agências de viagens e empresas de animação*”, ao mesmo tempo que se deveria ter pensado na proteção do consumidor criando-se “*algo semelhante ao fundo de garantia das agências de viagens*”⁵².

A alteração legislativa manteve uma corrente bastante crítica, pois “*Portugal atrai o nível mais baixo do turista da Europa*”, considerando que o alojamento local é “*um problema que está tudo a fingir que não vê*” (Loureiro, 2015), situação reforçada pelo Presidente da AHP ao afirmar que “*(...) ficamos perante um paradigma que é o saber se queremos um país de alojamento local ou se queremos um país de hotéis, ou seja, se queremos um país de low cost ou se queremos um país com oferta de qualidade. É essa a grande questão que temos de colocar hoje em dia*” (Caldeira, 2015), pois, de acordo com estimativas efetuadas, o alojamento local já chegaria, em março de 2015, às 90 mil camas.

Apesar de muitas vozes críticas, a Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve (AHETA) veio considerar que a classificação dos *hostels* é uma “*alteração bem-vinda, necessária e indispensável*”, vindo resolver o problema de muitas camas que “*operam à margem da legislação, em situação de concorrência desleal para com a oferta registada*” (Relvas, 2015), tal como considerado pelo Vice-Presidente da Associação de *Hostels* de Portugal, Rui Pina, a quem, a aprovação de regras para os *hostels* representa o reconhecimento “*que o hostel é, de facto, um tipo de oferta específico e com características próprias.*” (Monteiro, 2015). Como refere, “*(...) um hostel implica uma vivência comunitária do espaço, não apenas do quarto, mas de uma série de infra-estruturas comuns, como salas de estar, de comer e cozinha.*”, reconhecendo outras vantagens desta nova regulamentação, seja ao nível da

⁵² O Fundo de Garantia das agências de viagens foi regulado pelo Decreto-Lei n.º 199/2012 de 24 de agosto e visa responder solidariamente pelo pagamento dos créditos de consumidores decorrentes de incumprimento de serviços contratados às agências de viagens e turismo.

uniformização de regras nacionais (antes cada município poderia ter o seu próprio regulamento), a obrigatoriedade de registo levando a combater a clandestinidade e evasão fiscal e “*a apropriação indevida da boa publicidade que resulta da boa qualidade dos hostels em Portugal, por alojamentos de baixo preço que na verdade não são, nem procuram ser hostels, enquanto espaço de estímulo dessa interacção pela vivência comunitária do espaço.*”

Também Rita Rocha Brito, diretora-geral do *Lisb'on Hostel* considera que a regulamentação é um importante passo para um maior controlo do mercado mas “*por si só não bastará*”. Como menciona, “*se este novo decreto-lei, com a categoria de hostel definida, trazer com ele uma fiscalização séria, então sim, teremos uma grande mais-valia para o mercado. A contribuição para a economia do País será maior, as condições de trabalho serão melhoradas e mais exigentes e, acima de tudo, a concorrência será mais justa.*” (Monteiro, 2015).

Para a AHP, o novo diploma é uma oportunidade perdida, pois “*os hostels podem ser uma forma de alojamento turístico muito interessante que complementa a oferta hoteleira nacional, desde que devidamente tratada e regulamentada. E não se confundem com outras modalidades de alojamento local.*” (Monteiro, 2015).

O Decreto-Lei n.º 63/2015 de 23 de abril veio, tal como mencionado no seu preâmbulo, “*adaptar à realidade a ainda recente experiência da figura do alojamento local no panorama da oferta de serviços de alojamento temporário*”⁵³. Além de ser a primeira alteração de alguns artigos do Decreto-Lei n.º 128/2014 de 29 de agosto, que definiu o AL, incorporou as normas relativas aos *hostels* (previsto em Portaria de acordo com o Decreto-Lei anteriormente referido), de modo a evitar uma elevada dispersão jurídica.

De entre as principais alterações agora introduzidas, no que aos *hostels* diz respeito, foi melhor enquadrada a definição de *hostel*, que só poderá utilizar essa designação quem predominantemente tenha alojamento em dormitório (entende-se por “predominante” sempre que o número de utentes em dormitório seja superior ao número de utentes em quarto). Por outro lado, define-se que os dormitórios devem dispor de ventilação e

⁵³ O TP efetuou igualmente algumas orientações técnicas (OT) relativas ao Alojamento Local, de modo esclarecer alguns aspetos adicionais (OT n.º 1 – Publicidade; OT n.º 2 – norma transitória (art. 33º, n.º 5); OT n.º 3 – Balcão Único Eletrónico e OT n.º 4 – norma transitória (art. 33º, n.º 4).

iluminação direta com o exterior, assim como, as dimensões de cada compartimento individual por cada cama (com fecho individualizado), com uma dimensão mínima de 55cmx40cmx20cm.

Os *hostels* ficam igualmente obrigados a dispor de espaços sociais comuns, cozinha e área de refeições, indo ao encontro de muitas das pretensões da Associação de *Hostels* de Portugal (conforme referenciado no Anexo 29).

Os atuais *hostels* dispõem de um prazo de cinco anos para se adaptarem aos novos requisitos agora definidos legalmente.

Pela atualidade do tema tentou-se, ainda que em termos cronológicos, resumir muitos dos entendimentos legais, comerciais, operacionais e, também, opinativos de vários profissionais do mercado e das suas associações. Como se constata, existem vozes discordantes que colocam a tónica no desequilíbrio de regras face aos estabelecimentos hoteleiros e, em especial, na falta ou fraca fiscalização do AL. Por outro lado, outros atores do mercado enaltecem a legalização de inúmeras camas e apartamentos que continuariam na economia paralela e que, podem agora, regularizar a sua situação em termos de alojamento (local) e, como esperado, com um contributo igualmente importante para a economia real.

Mesmo sabendo que as considerações acima estão longe de qualquer enquadramento científico estas fazem parte, contudo, de um levantamento exaustivo e atual que tentou enaltecer os principais aspetos com relevância para o tema e que ajudarão na consolidação e validação da informação e das respetivas hipóteses de investigação.

7.3.2. Breve nota de enquadramento estatístico

Só a partir de 2012 foram publicados os primeiros dados estatísticos sobre o AL. Contactos efetuados junto do INE mostraram que não existem ainda dados mais detalhados sobre este tipo de alojamento. Espera-se que, com o novo enquadramento legal, obrigando ao registo do alojamento local e sua disponibilização através do TP, se possa obter, a curto prazo, dados mais detalhados sobre esta nova realidade.

No entanto, a pouca informação disponibilizada pelo INE refere-se ao AL como um todo e não especificamente aos *hostels*, o que inviabiliza a relevância da informação a

recolher, a não ser por comparação, enquanto parte integrante do mesmo modelo de alojamento.

Mesmo sabendo-se dessas limitações reais, e na falta de quaisquer outros dados quanto aos *hostels* (alguma informação de cariz científico, fazendo parte de alguns trabalhos já publicados será objeto de enquadramento no ponto 7.4.), apresentam-se abaixo alguns aspetos mais salientes sobre o AL, relativos ao ano de 2014, apesar das fragilidades na consistência da informação produzida:

- Aumento do número de hóspedes: 1952,2 mil (+ 23,2% que em 2013);
 - Aumento das dormidas: 4377,9 mil (+ 20,5% que em 2013);
 - Aumento da capacidade de alojamento (camas): 43.840 (+ 4,8% que em 2013);
 - Aumento do número de estabelecimentos: 1145 (+ 8,9% que em 2013).
-
- ✓ Dormidas do mercado estrangeiro em Lisboa: 70,6%;
 - ✓ Dormidas do mercado estrangeiro no Norte: 43%;
 - ✓ Principais nacionalidades (Lisboa): 1ª França; 2ª Alemanha; 3ª Espanha; 4ª Brasil; 5ª Itália;
 - ✓ Principais nacionalidades (Norte): 1ª França; 2ª Espanha; 3ª Alemanha; 4ª Brasil; 5ª Países Baixos.
-
- ✓ Estada média (Lisboa): 2,32 noites (estrangeiros: 2,57 noites);
 - ✓ Estada média (Norte): 1,69 noites (estrangeiros: 2,08 noites);
 - ✓ Taxa líquida de ocupação-cama (Lisboa): 44% (37,7% em 2013);
 - ✓ Taxa líquida de ocupação-cama (Norte): 26,1% (21,4% em 2013).

Apesar de todas as limitações já tecidas anteriormente, nota-se um crescimento do AL, traduzindo-se num aumento do número de hóspedes e de dormidas, com impacto direto nas taxas de ocupação-cama apuradas.

Aquando do congresso da AHP, em outubro de 2014, o Presidente desta associação referiu que “*cerca de 26% das camas turísticas de Lisboa já são de alojamento local e estamos só a falar do que está licenciado pela câmara (...)*”, pelo que “*a continuar este ritmo de crescimento, o alojamento local rapidamente vai chegar aos 50% em Lisboa (...). Temos de ter cuidado com isso, também no Porto.*” (Antunes, 2014).

No Porto, o perfil do turista do Porto e Norte de Portugal (PNP) editado pelo IPDT, tem permitido acompanhar mais de perto os dados relativos a este novo modelo de alojamento. No entanto, os dados evidenciam igualmente alguma flutuação quando analisados trimestre após trimestre, fruto das respostas dos turistas internacionais que visitam o PNP, embora com um aumento da importância dos *hostels* ano após ano, enquanto meio de alojamento utilizado no Grande Porto (IPDT, 2011-2014).

Dados cedidos pelo IPDT relativos ao ano de 2014 (IPDT, 2015), mostram que os *hostels* são responsáveis por mais de 10% das dormidas no Grande Porto (10,3%), onde existe um maior número de unidades, em especial no centro da cidade do Porto.

Tabela 39

Local de pernoita em 2014 dos turistas internacionais do PNP por via aérea

Tipologia alojamento	Local de dormida					
	Grande Porto		Norte de Portugal		Total	
	Nº casos	%	Nº casos	%	Nº casos	%
Hotel	377	41,6%	101	14,0%	478	29,4%
Pensão	163	18,0%	74	10,3%	237	14,6%
Hostel	93	10,3%	20	2,8%	113	6,9%
Apartamentos turísticos	6	0,7%	2	0,3%	8	0,5%
Turismo Rural	0	0,0%	9	1,3%	9	0,6%
Barco	8	0,9%	1	0,1%	9	0,6%
Casa de familiares/amigos	161	17,8%	294	40,8%	455	28,0%
Casa Própria	87	9,6%	210	29,2%	297	18,3%
Casa Alugada	10	1,1%	7	1,0%	17	1,0%
Parque de Campismo	0	0,0%	2	0,3%	2	0,1%
Campus da Universidade	2	0,2%	0	0,0%	2	0,1%
Total	907	100%	720	100%	1.627	100%

Nota: Grande Porto engloba concelhos do Porto, Matosinhos, Maia, Vila Nova Gaia, Gondomar e Valongo

Fonte: Estudo do Perfil do Turista Internacional do PNP que deixa o destino através do Aeroporto do Porto (IPDT)

No caso de Lisboa, não foi ainda possível incluir os *hostels* no Observatório editado mensalmente pela ATL, que continua apenas a apresentar informação sobre a hotelaria de 3 a 5 estrelas.

Essa tendência de crescimento é igualmente confirmada pelos principais *players p2p*, assentes na economia colaborativa. Para a *HomeAway*, Portugal foi o destino europeu que mais cresceu no portal, em 2014, em termos de procura (Relvas, 2015). Do mesmo modo, a *Airbnb* conta já com 19 mil alojamentos em Portugal, cujo mercado cresceu 136% entre 2013 e 2014. Lisboa contava, em 2014, com 8300 alojamentos (mais 129% que em 2013), enquanto o Porto apresentava 2130 alojamentos, um crescimento de 113% face a 2013 (Marcelino, 2015).

Do mesmo modo e em termos globais, segundo dados da *Hostelworld* (Cristino, 2015), são os alemães, norte-americanos e australianos os que mais reservam Portugal, com crescimentos, face ao ano anterior de 34, 35 e 15%, respetivamente, para estes três mercados. Canadianos, franceses e brasileiros ocupam as posições seguintes com o mercado espanhol a ocupar a sétima posição quanto às reservas em *hostels*.

Será de esperar que, com o crescimento da oferta licenciada, as dormidas e outros indicadores ligados ao AL venham a crescer significativamente ao longo dos próximos anos. Do mesmo modo, será de antever a produção e disponibilização de informação mais detalhada sobre o AL, à medida que a sua importância e afirmação vá aumentando no mercado, tal como no passado acontecia com as pensões (desagregadas em pensões de 1ª, 2ª ou 3ª categoria), motéis, estalagens e albergarias.

7.3.3. Evolução do mercado

Se não existem dúvidas quanto ao primeiro *hostel* na cidade do Porto – Andarilho *Hostel*, inaugurado em abril de 2006 – não existe consenso em Lisboa.

Tudo aponta para que o primeiro *hostel* em Lisboa tenha sido o *Lisbon Lounge Hostel*, inaugurado a 15 de abril de 2005. Como referido pelos próprios “(...) *but one fateful night over a few glasses of red wine we decided to take a different path together and open the first hostel in Lisbon, the Lisbon Lounge Hostel.*” (LLH Hostels, s.d.). No entanto, aquando da visita levada a cabo aos diferentes *hostels*, o proprietário do *Garden House*, no Porto, afirmou ter estado na génese da criação do primeiro *hostel* em Lisboa, na localização onde hoje se encontra o *Home Lisbon Hostel*. Também Nuno Almeida Fernandes em declarações ao Jornal *i* afirmava que “*sem contabilizar as pousadas da juventude, existem hostels em Portugal desde 2002/3*” (S. Mendes, 2014).

Em 2009, como mencionado em Volante (2011) já se encontrariam registados 21 *hostels* na cidade de Lisboa e nove no Porto no site da *Hostelworld.com*. Abrantes (2013) identificou, em novembro de 2011, que já existiriam 48 *hostels* em Lisboa e 20 na cidade do Porto, sendo que a maioria tinha sido inaugurada nos anos de 2010 e 2011.

Em 2013, de acordo com o presidente da Associação de *Hostels* de Portugal, existiriam 35 *hostels* no Porto e 62 em Lisboa (Freitas, 2013).

Um levantamento efetuado em maio de 2014, numa atualização ao levantamento efetuado para a presente investigação, evidenciou 14 novos *hostels* em Lisboa (com dois *hostels* a saírem do mercado) e novos quatro *hostels* no Porto (Abrantes, 2014b). Uma nova atualização em fevereiro de 2015, mostra que o mercado se mostra crescente com três novos *hostels* em Lisboa e duas novas unidades no Porto.

Vitor Costa, Presidente da Associação de Turismo de Lisboa (ATL) referia, em outubro de 2014, que existiam na região de Lisboa 112 *hostels* dos quais 85 *hostels* estavam na capital. Há uma década, de acordo com João Teixeira – proprietário de três *hostels* na capital – apenas haveria 40 camas (Banha, 2014b).

Deve-se ter em atenção que alguns *hostels* foram mudando de proprietários e de nome o que dificultou o seu enquadramento histórico. Do mesmo modo, a capacidade dos mesmos (medida através do número de camas) é igualmente volátil, dada a possibilidade de alteração rápida de quartos em camaratas e vice-versa, em função das necessidades de mercado, do período do ano e da procura.

Alguns *hostels* foram saindo definitivamente do mercado, como foram os casos, em Lisboa, do *Black & White Hostel*, *Albergo Odisseo* ou, mais recentemente, do *Fusions Lisbon Hostel*. No Porto, também o *Black & White*, assim como, o *Steps House* e, mais recentemente o *Porto Klimt Downtown* saíram do mercado. O *Yellow House Hostel* saiu igualmente do mercado tendo voltado ao mercado, ainda em 2013, redenominado como *MimHostel*.

Por outro lado verificou-se igualmente uma tentativa de algumas antigas pensões (ou mesmo casa de hóspedes) de se “colarem” à figura do *hostel* pela sua crescente aceitação no mercado ou de disseminarem a sua oferta em diferentes canais de vendas e com diferentes designações. A falta de legislação quanto à figura do *hostel* e quais os seus requisitos legais, levou a que não existisse, na altura, uma definição e quantificação precisa sobre o número de *hostels* no mercado. A título de exemplo, uma consulta efetuada através do motor de busca *Google.pt*, em 15 de novembro de 2014, mostrava que o *Awa Lisbon Hostel Imperial (Hostelsclub.com)* aparecesse igualmente no mercado como *The Imperial GuestHouse (Booking.com)*, *Hotel The Imperial Guest House (Rumbo.pt)*, *Hotel Imperial (Trivago)* ou *Pensão Imperial (Lonelyplanet.com)*.

No entanto, trata-se pura e simplesmente de uma “casa de hóspedes” como afixado na porta do edifício onde se encontra instalada (Anexo 30)⁵⁴.

A obrigatoriedade de registo e sua publicitação através do portal do Turismo de Portugal irá ajudar a “disciplinar” algumas destas unidades, em termos de capacidades disponíveis no mercado, assim como, em termos das denominações utilizadas. No entanto, a informação já disponibilizada mostra ainda inúmeras fragilidades ao nível das unidades registadas (ou porque não inscritas de *per se* ou porque a Câmara Municipal não carregou essa informação) e da informação quanto à capacidade de alojamento (com muitas delas sem menção ao número de quartos ou camas disponíveis para comercialização).

Apesar das limitações na sua caracterização, da mortalidade própria de um setor em mutação, não existem dúvidas que a evolução do número de *hostels* nestas cidades tem sido crescente ao longo dos anos:

Tabela 40

Evolução do número de *hostels* em Lisboa e Porto

Anos	Lisboa				Porto			
	Nº <i>hostels</i>		Capacidade (nº camas)		Nº <i>hostels</i>		Capacidade (nº camas)	
	Ano	Acumulado	Ano	Acumulado	Ano	Acumulado	Ano	Acumulado
2005	2	2	86	86		0		0
2006	5	7	236	322	1	1	32	32
2007	5	12	242	564	1	2	58	90
2008	5	17	195	759	3	5	107	197
2009	6	23	405	1.164		5		197
2010	6	29	348	1.512	6	11	280	477
2011	6	35	435	1.947	7	18	248	725
2012	9	44	442	2.389	7	25	347	1.072
2013	13	57	523	2.912	3	28	110	1.182
2014	9	66	263	3.175	3	31	76	1.258

Fonte: Elaboração própria a partir de *sites* próprios, de terceiros e entrevistas

Verifica-se que, quer em Lisboa quer no Porto, a evolução tem sido positiva, com um maior número de unidades na capital. O ano de 2014 mostra um crescimento mais moderado em termos das capacidades, com unidades de menor dimensão a surgirem no

⁵⁴ Uma nova consulta efetuada em 14 de agosto de 2015 mostra poucas ou nenhuma melhorias relativamente à situação anterior. No *site* da unidade, entretando ativo, esta assume-se como “*The Imperial GuestHouse*”, embora em subtítulo se possa constatar a designação de “Hotel” (*Hotel The Imperial Guest House*).

mercado (com uma capacidade média de 29 e 25 camas em Lisboa e Porto, respetivamente, a mais baixa registada ao longo dos anos).

A maior pressão sentida em Lisboa, a partir de 2012, pode ter inerente a criação da primeira base operacional de uma companhia aérea de baixo custo – *easyJet* em 2012 –, seguida do início de voos para a capital pela *Ryanair*, em novembro 2013, do mesmo modo que se assistiu a um maior crescimento dos *hostels* no Porto, após a criação da base operacional da *Ryanair*, em setembro de 2009.

O sucesso dos *hostels* em Portugal deriva, acima de tudo, da qualidade do produto oferecido, que se tem traduzido em inúmeros prémios internacionais (reconhecidos e respeitados pelo setor), considerando os *hostels* portugueses como os melhores do mundo. O Anexo 31 mostra a evolução dos prémios ganhos pelos *hostels* portugueses ao longo dos anos (*hoscars*, atribuídos anualmente pelo site *Hostelworld* e votados pelo seus clientes). Se o primeiro prémio foi conseguido em 2007 pelo *Oasis Backpackers Mansion Lisboa* (*best character*, categoria que os *hostels* portugueses ganharam ininterruptamente desde esse ano e enquanto existiu), a partir de 2009, os *hostels* portugueses têm estado, sempre, nos primeiros lugares dos *hoscars*.

Também o *Hostelbookers Awards for Excellence* mostra que os *hostels* portugueses se encontram entre os mais valorizados. Os *top three accommodation* na Europa, em 2014, foram *hostels* portugueses, juntando-se às longas listas de premiados pela *Hostelworld* e *Hostelbookers*.

Como referido na revista da ATL, em Turismo de Lisboa (2009b), “A diversidade da oferta turística de Lisboa tem conquistado os mais diversos públicos, tornando o destino muito impulsionador de um novo conceito de viagem, valorativo da multiplicidade de experiências em ambientes multiculturais, a capital portuguesa oferece já uma vasta e qualificada escolha numa das mais recentes categorias de alojamento: os *hostels*.” (p. 5).

7.4. Contributos científicos para o conhecimento da temática *hostel*

Porque os *hostels*, do ponto de vista da investigação científica, se encontram ainda pouco explorados em Portugal, optou-se por enaltecer os principais trabalhos e artigos já publicados sobre esta temática.

Saraiva (2013) estudou, com profundidade de análise, o mercado dos *hostels* independentes na cidade de Lisboa, em várias vertentes, destacando-se as principais conclusões:

a) Do lado da oferta (inquérito junto dos *hostels* – 21 unidades inquiridas):

- capacidade média nas 71 camas, com o valor máximo nas 141 camas e a unidade mais pequena com 29 camas;
- todas as unidades inquiridas tinham cozinha equipada, ligação *internet wi-fi* e computadores com *internet*, sendo que 95% das unidades disponibilizavam material de apoio aos hóspedes (como toalhas, secador e ferro de engomar) e 90% dispunham de serviço de lavandaria;
- só 33% dos *hostels* da amostra tinham um serviço de refeições, bar/venda de bebidas alcoólicas (52%) e venda de *snacks* (60%);
- 76% tem casa de banho separada por género, 62% das unidades têm quartos *ensuite* e 38% têm exclusivamente dormitórios;
- todas as unidades têm uma sala comum e 50% das unidades têm espaço de convívio exterior, como sejam, terraço, varanda ou esplanada;
- todas as unidades têm um serviço de receção H24, assim como, cacifos e depósito de bagagens;
- todas as unidades disponibilizam informação turística sobre Lisboa e ligação a central de táxis;
- 79% dos hóspedes localizam-se na faixa etária entre os 16 e 29 anos.

Quanto aos aspetos de natureza mais comercial, a investigação de Saraiva (2013) concluiu que:

- 76% dos *hostels* inquiridos têm um preço médio por cama (em dormitório) entre os 15 e 19 €, sendo que, no caso de quarto privado, o preço mais comum se situa entre os 55-79 € (para 47% dos *hostels* inquiridos);
- a totalidade dos *hostels* pratica preços diferenciados ao longo do ano, sendo que 68% altera os seus preços em função do dia da semana;
- 95% dos *hostels* utiliza como ferramentas de comunicação o *site* próprio e as redes sociais, assim como, outros *sites* na *internet*, sendo que todas as unidades estão presentes em canais de reservas *online*, 90% vende através do seu *site* próprio e só 20% recorre a agências de viagens;

- 78% das vendas são realizadas através de reservas *online* (*sites* de terceiros), com 20% das vendas a serem de forma direta (por *mail* ou *walk-ins*);
- 65% dos inquiridos consideram que o aspeto mais crítico na gestão de um *hostel* prende-se com a orientação para o cliente. Outros fatores igualmente críticos são as características da unidade (59%), entretenimento para o cliente e a qualidade de serviço (35%) e os canais de informação e o preço (29%).

b) Do lado da procura (inquérito junto dos turistas dos *hostels* – 111 inquéritos validados):

- A idade média dos turistas situa-se nos 26 anos, com 80% dos inquiridos com menos de 30 anos;
- Quanto à profissão, 45% dos inquiridos são estudantes, 41% são trabalhadores no ativo e 14% são desempregados, sendo que, 74% dos turistas tem formação superior;
- A maioria dos turistas são oriundos da Europa seja por nacionalidade (41%) ou por residência. No entanto, em termos individuais a maioria dos turistas, quanto ao país de residência, são oriundos dos E.U.A. (14%). O mercado nacional representa 5%;
- A principal motivação da viagem é recreio e lazer (87%), com o remanescente a visitar a cidade por razões de estudo (visita de estudo e formação académica);
- A maioria dos inquiridos visitou Lisboa como parte integrante de uma viagem alargada (43%), sendo que quase metade fê-lo por férias (48%) e 19% numa viagem de *short break*;
- 70% dos inquiridos permaneceu até 4 dias na cidade, sendo que 86% ficou menos de 15 dias;
- 81% dos turistas visitou a cidade de Lisboa pela primeira vez;
- A maioria dos hóspedes deslocou-se de avião (59%), dos quais 42% através de companhias aéreas de baixo custo;
- Mais de metade dos turistas (55%) viajou com amigos ou sozinho (27%);
- A maioria dos turistas (60%) teve um gasto com o alojamento entre 16 e 29 €, com 34% a gastar entre os 8 e os 15 €;
- 72% da compra de alojamento foi feita *online*, sendo que 19% foi feita de forma direta;

- 87% dos turistas alojou-se em dormitórios, a maioria dos quais em unidades de 6 camas (36%). Os dormitórios de 4 camas foram os que registaram menor procura (19%);
- Os serviços mais valorizados pelos turistas são a existência de ligação *wi-fi* na unidade, computadores com acesso à *internet*, WC separados por género, cacifo individual, serviço de receção H24 e depósito de bagagem.

Oliveira-Brochado e Gameiro (2013) avaliaram as motivações dos *backpackers* em Lisboa num *hostel* (em Lisboa), com base em 313 entrevistas, salientando-se as seguintes conclusões:

- ✓ O principal mercado foi o americano (17,9%), seguindo-se o mercado alemão (14,7%) e australiano (10,5%), de um total de 25 nacionalidades;
- ✓ 70,6% visitaram Lisboa pela primeira vez e 97,9% já tinham pernoitado em *hostels* anteriormente;
- ✓ A principal motivação da visita foi turismo (68,7%), estudo (11,2%), visita a familiares e amigos (10,5%) e trabalho (8,9%);
- ✓ A maioria dos inquiridos viajou com companhia (61%) com 39% dos turistas a viajarem sozinhos;
- ✓ 75,7% fez a sua reserva através de OTAs, com a *Hostelworld* a ser a mais utilizada, com 47,9% das reservas, seguida da *Hostelbookers* (27,8%). As reservas através do *site* próprio ascenderam aos 12,1%;
- ✓ 60,6% são estudantes, sendo que 22,8% dos inquiridos estão a trabalhar simultaneamente, enquanto 27,7% estavam só empregados e apenas 1,9% não tinha emprego;
- ✓ 85% dos turistas tinham menos de 30 anos;
- ✓ Os fatores de maior satisfação para os inquiridos foram a qualidade do pessoal, localização, facilidades, *internet*, ambiente, limpeza e encontrar outros viajantes, sendo que os fatores menos valorizados foram o preço, segurança e a existência de serviços de bar.

Também Abrantes (2013) levou a cabo uma análise ao mercado dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto. A figura, na página seguinte, visa resumir as principais conclusões do estudo levado a cabo, onde era já evidente o contributo que as companhias aéreas de baixo custo davam para o desenvolvimento dos *hostels* nestas duas cidades. Das 34

respostas, apenas uma, em Lisboa, considerou que o contributo era negativo uma vez não ser esse o *target* da unidade.

Com base numa amostra global de respostas na ordem dos 54,8% (52,3% de respostas em Lisboa correspondendo a 23 *hostels* e de 61,1% de respostas no Porto, que se traduziram em 11 *hostels*) verifica-se que muito do comportamento evidenciado em outras investigações mantém a mesma linha de resultados que os entretanto apurados, ou seja, maior presença do mercado estrangeiro, turismo jovem com motivações turísticas, utilização das companhias aéreas de baixo custo (e a sua importância para este modelo de alojamento) e uma forte presença de turistas *backpackers*.

	Lisboa	Porto	Total
Nacionalidade dos turistas (%)			
. Turistas nacionais	11,2%	5,9%	9,6%
. Turistas estrangeiros	88,8%	94,1%	90,4%
Período de maior procura (semanal) (nº respostas)			
. Weekends	18	8	26
. Dias úteis	0	1	1
. Sem flutuação ao longo da semana	5	2	7
Idade mais representativa no <i>hostel</i> (%)			
. Escalão mais representativo (19-30 anos)	100%	100%	100%
. Representatividade desse escalão	72,5%	66,0%	70,6%
Meio de transporte utilizado (nº respostas)			
. Viatura de aluguer	0	1	1
. C's aéreas tradicionais	6	0	6
. LCC's	16	9	25
. Outros	0	1	1
Contributo das LCC's para o desenvolvimento dos <i>hostels</i> (nº respostas)			
. Positivo	22	11	33
. Negativo	1	0	1
Contributo positivo			
a) Trouxeram turistas de cidades/regiões não operadas pelas c's aéreas tradicionais	3	3	6
b) Trouxeram novos turistas que não estão dispostos a pagar muito	8	3	11
c) Comportamento esperado atendendo ao que aconteceu em outras cidades onde operam LCC's	2	1	3
d) Maioria dos clientes são <i>backpackers</i> (mochileiros) e estes utilizam as LCC's	8	4	12
e) Outras razões	1	0	1
Contributo negativo			
c) O nosso <i>hostel</i> não vive das LCC's	1	0	1
Impacto no turismo das cidades de Lisboa e Porto se as LCC's não existissem (nº respostas)			
. Turistas teriam continuado a visitar	7	2	9
. Turistas não teriam vindo	16	8	24
Composição dos turistas no <i>hostel</i> (maior incidência) (nº respostas)			
. Turistas	20	10	30
. Estudantes (<i>Erasmus</i> ou permanências longas)	3	0	3
. Outros	0	1	1
<i>Backpackers</i> (dentro do mercado de turismo) (%)	66,1%	52,6%	62,0%

Fonte: Retirado de Abrantes (2013)

Fig. 49. Turismo em *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto – alguns indicadores

Não deixa de ser igualmente importante salientar que, para a maioria dos *hostels*, mesmo em Lisboa, caso não existissem companhias aéreas de baixo custo, os hóspedes

não teriam vindo, sendo mais evidente essa constatação no mercado do Porto (80% do inquiridos).

Volante (2011) investigou igualmente o segmento *low cost* da indústria hoteleira em Portugal, no caso particular, os *hostels*, com a sua intervenção a incidir apenas em dois *hostels* em Lisboa e um em Coimbra. Também neste caso, se verificou que: a) 98% dos turistas da amostra são estrangeiros, sendo a nacionalidade mais significativa a americana (16%), seguindo-se-lhes as nacionalidades australiana e brasileira (13%); b) 37% dos clientes inquiridos tinham até 23 anos, sendo de 92% até aos 30 anos, mostrando, mais uma vez, a forte presença do mercado jovem; c) a maioria dos turistas são estudantes (61%), sendo que 71% dos inquiridos viajaram em turismo e 19% fizeram-no por razões de estudo/académicas (só 5% por motivos de trabalho); d) 79% dos inquiridos já tinham pernoitado anteriormente em *hostels*; e, e) a maioria das reservas foi feita de forma *online* (76%), com 17% de reservas feitas de forma direta (*walk-ins*).

Tal como em outros estudos, assim como nas companhias de baixo custo, o preço (30%) foi o principal fator na escolha de um *hostel*, seguindo-se-lhe de perto a localização (27%).

Do lado da oferta, através da realização de entrevistas aos proprietários dos *hostels* (mantendo os mesmos *hostels* que anteriormente identificados), Volante (2011) concluiu que o número médio de camas é de 72 camas, com o maior com 105 camas (em Saraiva, o número médio de camas era de 71 camas); que a maioria dos seus clientes são americanos (tal como em Saraiva), brasileiros, australianos, espanhóis e italianos (com as três primeiras nacionalidades a coincidirem com as nacionalidades inquiridas por Saraiva) e que as taxas de ocupação-cama mensais oscilam entre os 87% em época alta e 45% em época baixa.

M. Silva (2014) realizou o seu trabalho de estágio circunscrito aos *hostels* na cidade de Coimbra. Embora menos importante para a presente investigação, focada nas cidades de Lisboa e Porto, não deixa de ser interessante verificar e estudar quais os comportamentos do mercado *hostel* em outras cidades e quais as similitudes ou diferenças para com as principais cidades nacionais (embora Coimbra, enquanto importante cidade, tenha potencialmente outras motivações decorrentes da sua

importância, enquanto Património Mundial da Humanidade e centro estudantil de renome internacional).

Das seis unidades identificadas e existentes na cidade, M. Silva (2014) selecionou quatro para o seu estudo de caso (a quem foram realizadas entrevistas sobre o início do projeto, posicionamento, estratégia e futuro do mercado, entre outros aspetos). Foram muitas, como descrito no relatório que serviu de base à sua dissertação de mestrado, as dificuldades encontradas na recolha de informação quantitativa, com apenas um dos quatro *hostels* a disponibilizar essa informação (e como tal inviabilizando a apresentação de quaisquer dados do lado da oferta) e com apenas 19 questionários recolhidos junto dos turistas, a que não será alheio também o período utilizado para a recolha da informação, entre os meses de janeiro e maio, tipicamente período de época baixa.

Mesmo assim, salientam-se as principais conclusões:

- ✓ A grande maioria dos turistas (73,7%) escolheu os *hostels* pelo preço e localização;
- ✓ A totalidade dos hóspedes (18 respostas) prefere turismo *low cost*, onde inclui os transportes, a restauração e o alojamento;
- ✓ Quinze dos participantes no inquérito (78,9%) obtiveram informação dos *hostels* na *internet*, sendo que 73,7% fizeram a sua reserva por esta via;
- ✓ 84,2% dos turistas ficaram alojados, no máximo, durante duas noites, sendo que sete deles pernoveram apenas uma noite;
- ✓ A maioria dos inquiridos viajou com amigos (57%), sendo que as viagens em lazer foram igualmente a principal motivação (58%). A vertente de estudo/académica representou 10,5% das respostas (2 turistas);
- ✓ 61% dos inquiridos previa gastar até 50 € diários em Coimbra, sendo que um dos turistas “*nem dez euros*” pretendia gastar;
- ✓ Assistiu-se a uma distribuição equilibrada do tipo de alojamento a utilizar, com ligeira primazia dos dormitórios de seis camas (23%), acompanhado de perto pela preferência por dormitórios de 4 camas (18%);
- ✓ Os fatores mais importantes para a escolha de um *hostel* foram a localização, preço, limpeza e segurança;

- ✓ Os serviços mais valorizados pelos turistas foram a sala de convívio, o *wi-fi*, a cozinha e a relação qualidade/preço;
- ✓ Quanto à profissão dos inquiridos, 47% eram estudantes, sendo que 6% estavam desempregados.

Outras investigações sobre *hostels* mostram outras vertentes mais focadas no serviço ou na qualidade. Andrade (2014) investigou sobre a viabilidade de um *hostel* para negócios (*business hostel*), tendo concluído da forte probabilidade de sucesso na sua implementação e Lara (2014), num estudo de caso sobre o *The Independent Hostel & Suites*, salientou os seus aspetos de natureza comercial e concorrencial.

Gameiro (2013) com base de uma amostra de 313 inquiridos, em Lisboa, evidencia que 68,7% dos turistas fazem-no por turismo (férias), sendo que, 11,2% visitou a cidade por estudo, 10,5% para visita a familiares e amigos e 8,9% por trabalho. Quanto ao tipo de reserva 28,8% dos inquiridos fizeram reserva no *hostel* escolhido por indicação de amigos ou familiares, sendo que 50,8% fizeram-no pela sua disponibilidade na *internet*. *Hostelworld* (47.9%) e *Hostelbookers* (27,8%) foram as principais OTAs utilizadas com 12,1% das reservas a serem efetuadas através do *website* do *hostel*. A duração média da visita a Lisboa foi de aproximadamente 14 dias (mediana de 4 dias), valor reconhecidamente elevado mesmo para *backpackers*, mas justificada pelo elevado número de turistas/estudantes, sendo que 61% dos inquiridos viajaram acompanhados.

Como anteriormente mencionado, independentemente dos estudos levados a cabo a nível nacional, nas principais cidades ou em casos específicos de *hostels*, os dados apurados mostram alguma consistência quanto ao comportamento do mercado, quanto a meio de transporte utilizado, fatores de escolha, motivo da visita, canal de distribuição utilizado, gastos médios, entre outros. Estamos perante um segmento jovem, estrangeiro, estudante, que viaja em férias (lazer), utilizador de companhias aéreas (maioritariamente de baixo custo), *cost oriented*, tecnológico fazendo a sua reserva *online*, utilizando anteriormente *hostels*, preferindo dormitórios e viajando sozinho ou com amigos.

A análise, mesmo que bastante descritiva, permitiu evidenciar muitas das características inerentes ao mercado *hostel*, seja do lado da oferta ou da procura, como acima resumido. Espera-se que o trabalho de campo levado a campo e que será objeto de

tratamento estatístico no próximo capítulo evidencie alguns comportamentos marcantes quanto ao comportamento deste mercado não só do lado da oferta como da procura, assim como, na conjugação da informação recolhida junto de especialistas do mercado.

7.5. Alojamento local em Espanha

A pressão relativa ao alojamento local e à sua legalização está igualmente presente em outros países. Pretende-se, neste ponto, salientar alguns dos principais aspetos legais e de mercado em Espanha, pela sua proximidade ao mercado nacional, e como tem sido o AL tratado (ou a figura que o representa de forma direta ou indireta nesse país). Até porque, tal como em Portugal, o AL tem estado na ordem do dia, sendo regularmente tema de discussão em congressos, *forums* turísticos ou artigos de opinião.

Aquando do Congresso dos Empresarios de Hotelaria, em outubro de 2014, os hoteleiros alertavam que este fenómeno estava a “*afetar de maneira escandalosa*” a atividade, com base em desigualdades concorrenciais entre quem tem de cumprir regras e quem não as tem de cumprir, facilitando a proliferação de uma economia paralela, onde o controlo é mais difícil de efetuar (Hosteltur, 2014c).

A Secretária de Estado do Turismo de Espanha, Isabel Borrego, aquando do X Foro Turístico (Rosa, Vilarasau, Hinojosa, Vargas & Canals, 2014) tentava tranquilizar a preocupação existente de regulação do setor, considerando que “*na administração turística do Estado consideramos que as regras do jogo devem garantir a igualdade de oportunidades entre os atores que compõem o setor e a maneira de o garantir é estabelecendo alguns limites.*”

A aprovação da alteração à lei do arrendamento urbano, em maio de 2013 (Ley 4/2013, publicada a 4 de junho, com “*medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas*”) veio, entre outros aspetos, permitir um maior controlo sobre a utilização do alojamento privado para fins turísticos, excluindo-o do seu âmbito de aplicação (que passará a ser legislado por cada comunidade autónoma)⁵⁵. Como mencionado no último parágrafo do seu ponto II do Preâmbulo “*(...) en los últimos años*

⁵⁵ A Comunidade Autónoma da Catalunha previu um regime específico para o aluguer turístico de alojamento particular mesmo antes da aplicação da Lei 4/2013, através do Decreto 159/2012 de 20 de novembro, “*de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico.*” (Marquez, 2014).

se viene produciendo un aumento cada vez más significativo del uso del alojamiento privado para el turismo, que podría estar dando cobertura a situaciones de intrusismo y competencia desleal, que van en contra de la calidad de los destinos turísticos; de ahí que la reforma de la Ley propuesta los excluya específicamente para que queden regulados por la normativa sectorial específica o, en su defecto, se les aplique el régimen de los arrendamientos de temporada, que no sufre modificación.”.

Estela Durá, jurista da Iuristax (Hosteltur, 2014a), considera que a transferência das competências, em matéria de turismo, para as diferentes regiões (autonomias), ditará que, fruto desta legislação desconcentrada, existirão, em Espanha, 17 regulamentos diferentes o que, prejudica a economia espanhola e a necessária uniformização de regulação. Mesmo assim, a Secretária de Estado do Turismo de Espanha considera que se deve trabalhar para se ter um normativo harmonizado e homogéneo entre as 17 comunidades autónomas, mesmo reconhecendo que “*é difícil porque cada destino tem as suas singularidades (...)*”. (Rosa et al., 2014).

A Associação de Hotelaria Espanhola (*Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos* – CEHAT) tem estado igualmente bastante ativa na denúncia de situações que considera menos abonatórias ao turismo em Espanha. De acordo com a Confederação Espanhola (Hosteltur, 2013a) o alojamento em “*vivenda vacacional*”⁵⁶ cresceu 30% no último ano, em termos da procura turística (comparando-se com os 2% na oferta “regulamentada”), representando 15,6 milhões de turistas que chegaram a Espanha e que pernoveram em alojamento não regulamentado (casa própria de familiares e amigos e aluguer de moradia não regulamentada).

Em 2012, “*quase seis milhões de turistas pernoveram em alojamentos cuja qualidade e/ou segurança não está controlada de nenhuma forma, precisamente pela falta de uma legislação específica que regule as moradias privadas para uso turístico e/ou vacacional.*” (Hosteltur, 2013a).

Por ano, os alugueres não regulamentados geram uma economia não declarada de 2,9 mil milhões de euros, de acordo com Miguel Casas da *CBRE Hotels* (Hosteltur, 2013b).

⁵⁶ De acordo com o Secretário geral da *European Holiday Home Association* (EHHA) a “*vivenda vacacional*” já representa o dobro das camas hoteleiras na Europa (mais de 20 milhões de camas) (Hosteltur, 2015c).

Casas considera que o modelo de negócio da *Airbnb* veio facilitar o contacto entre proprietários e arrendatários, oferecendo garantias a ambos, o que contribui para o crescimento do negócio.

O crescimento deste tipo de alojamento mostra-se exponencial. A título de exemplo e de acordo com previsões não oficiais, prevê-se que, só nas ilhas Baleares, o número de alojamentos turísticos (*viviendas vacacionales*) tenha duplicado desde 2012, passando para os dez mil alojamentos turísticos, responsáveis por 20% da oferta de alojamento nas ilhas, sendo que quase quatro milhões de turistas (26%) ficam alojados neste tipo de alojamento (Hosteltur, 2014b).

Enquanto Portugal dá os primeiros passos no alojamento local, em Espanha tem-se feito um trabalho mais ativo, com estudos exaustivos sobre o comportamento do mercado de vivendas turísticas (alojamentos turísticos) ou do alojamento partilhado.

A HomeAway (2014) editou um primeiro Barómetro *HomeAway* do Aluguer Vacacional. Como indicado, trata-se de uma radiografia do utilizador dos alojamentos turísticos (com base numa amostra representativa de 2077 indivíduos, num trabalho de campo levado a cabo entre os dias 4 e 17 de julho de 2014), salientando-se as principais conclusões:

- Quanto ao processo de consulta de informação e grau de influência, a maioria dos utilizadores consulta *webs* especializadas (53,6%) ou por recomendação de pessoa conhecida (46,3%);
- Quanto aos fatores mais importantes para a utilização dos alojamentos turísticos, o preço e o enquadramento do alojamento foram os mais mencionados, sendo que a contratação se faz maioritariamente através da *web* (39,9%) ou por telefone (36,6%);
- Os hotéis continuam a ser o principal meio de alojamento utilizado. Nos últimos 3 anos os turistas ficaram alojados 8,14 vezes, tendo preferido as estadas nos hotéis (3,4 vezes) contra 2,68 alugueres em alojamentos turísticos;
- Os apartamentos (51,5%) continuam a ser a principal tipologia alugada, com uma estada média de 8,6 dias (8,8 dias nos alojamentos turísticos e de apenas 4,9 dias nas casas de turismo rural);

- A principal motivação continua a ser sol e praia (45,4%). As cidades apenas representaram 7,3% dos alugueres.

Outro estudo mais recente (Exceltur, 2015), elaborado pela *EY Espanha*, sobre os impactos derivados do crescimento exponencial do alojamento turístico em vivendas, impulsionado pelos modelos e plataformas de comercialização *p2p*, mostra que, desde 2010 até 2014, o número de turistas alojados em alojamentos turísticos cresceu 49%, atingindo os 7,4 milhões de turistas, liderados, na oferta, pela *Airbnb* (27%), *HomeAway* (23%), *Niumba* (14%), *Windu* (12%) e *Housetrip* (12%). O preço (52,7%) e a independência (45,8%) são os fatores mais valorizados pelos utilizadores no uso destes alojamentos, em contraste com os utilizadores de alojamentos regulamentados que valorizam o preço (34,8%) e a prestação de serviços, como sejam, a restauração e a limpeza (30,8%).

O estudo apresenta outro tipo de estatísticas comparativas entre alojamento em vivendas turísticas e alojamento regulamentado, assim como, propõe dez recomendações, em especial para medidas junto da administração central, autonómica e local destacando-se a preocupação com um marco legal coordenado e comum, uma maior preocupação com segurança e proteção (não só da propriedade mas do turista), equidade das exigências entre o alojamento regulamentado e os alojamentos turísticos, licenciamento, qualidade e, para evitar sobrecargas, a possibilidade de se fixarem zonas (áreas, bairros) para uma melhor adequação das cargas a “*um modelo urbano e de convivência social*”.

Também a *Airbnb* (2015) editou um estudo sobre o impacto do alojamento partilhado em Madrid, tendo concluído que o alojamento partilhado na cidade induz um impacto económico de 323 milhões de euros, sendo responsável pela criação de 5130 postos de trabalho (devido aos gastos realizados pelos hóspedes). No entanto, mais importante é avaliar alguns impactos do lado da procura, ou seja, 95% dos hóspedes querem viver uma experiência como um local e 85% utiliza a *Airbnb* para descobrir um bairro em particular, sendo que 81% realizou a sua viagem por motivos de lazer.

O alojamento “alternativo” é já hoje uma realidade, seja ele direta ou indiretamente ligado à economia participativa. Seja em vivendas ou moradias, em casas particulares ou em *hostels*, as novas formas de alojamento mostram vitalidade no mercado, facto esse evidenciado pelas acesas discussões que o tema tem originado, em Espanha e

Portugal, muito mais pelas questões de legalidade, segurança e cumprimento de obrigações fiscais, que pelo facto de existirem enquanto alojamento propriamente dito.

Certo é também que, apesar de forma indireta, tal como em Portugal, a vitalidade e o sucesso do AL, independentemente da sua tipologia e das questões de segurança, legalidade e equidade no tratamento, se fala de clientes (turistas), que até há pouco tempo poderiam utilizar outras formas de acomodação, que não as agora assumidas e em forte crescimento no mercado.

7.6. Pousadas de Juventude e *Hostels*

A caracterização mais conceptual da origem dos *hostels* evidenciou a importância que as Pousadas de Juventude tiveram – e continuam a ter – como alojamento preferencial do segmento jovem.

Se olharmos para a definição de Pousada de Juventude em Portugal, estamos perante um estabelecimento de carácter permanente, sens fins lucrativos, destinado à hospedagem de jovens, sozinhos ou em grupos limitados (INE, 2014). Esta definição diferencia-se de uma colónia de férias, meio de alojamento igualmente dirigido para o segmento jovem, mas que se destina a proporcionar períodos de férias gratuitas ou a preços baixos, tradicionalmente subsidiadas e assumindo características de âmbito social (INE, 2014).

A primeira Pousada de Juventude surgiu no ano de 1959, no Forte de Catalazede, em Oeiras. Outras se seguiram como foram os casos do Forte de São Bruno (igualmente em Oeiras), Areia Branca (Lourinhã), Sagres, Esposende, Nazaré, São Pedro de Moel, Santarém e Viana de Castelo. A sua utilização inicial visava servir como colónia de férias para a Mocidade Portuguesa (Catalão, 2008).

Dados apurados por Stacks (1962) sobre o comportamento das Pousadas de Juventude em diferentes países, evidenciava que Portugal, em 1959, detinha nove Pousadas de Juventude, com uma capacidade global de 240 camas. Nesse ano, as Pousadas de Juventude registaram 2032 dormidas (de um total de 14,2 milhões de dormidas mundiais), das quais 606 realizadas por clientes estrangeiros.

A organização das Pousadas de Juventude tem sofrido algumas evoluções e contratempos ao longo dos anos. Com a criação da Rede Nacional de Turismo Juvenil

(RNTJ), criada em finais dos anos 1970, pretendeu-se reunir numa única organização as Pousadas de Juventude do Continente e também os centros de juventude da Madeira (Catalão, 2008).

A partir de 1991 a gestão das Pousadas de Juventude foi transferida para a Movijovem – Agência de Turismo Jovem, C.R.L., reconhecida como pessoa coletiva de utilidade pública. A criação da Movijovem – Mobilidade Juvenil, Cooperativa de Interesse Público de Responsabilidade Limitada, conforme os estatutos publicados no Diário da República n.º 242 (III Série) de 18 de outubro de 2001, teve como objetivo principal, conforme consubstanciado no n.º 1 do art. 4º, “(...) *promover, apoiar e fomentar acções de mobilidade juvenil na vertente social, possibilitando aos jovens portugueses, em especial aos mais desfavorecidos, um contacto mais directo com a realidade e o património cultural, histórico e natural do país*”.

Pelo Decreto-Lei n.º 98/2011 de 21 de setembro e respetivos estatutos (através da Portaria n.º 11/2012 de 11 de janeiro), foi criado um novo organismo – Instituto Português do Desporto e da Juventude, I.P. (IPDJ, I.P.) – o que levaria à liquidação da Movijovem e à passagem da gestão das Pousadas de Juventude para este novo organismo. A principal razão desta nova realidade prendia-se com os “(...) *recorrentes resultados líquidos negativos acumulados, muito significativos (capitais próprios negativos), sem demonstrarem capacidade para, a curto prazo, gerarem receitas próprias e, consequentemente, serem viáveis do ponto de vista económico e financeiro, necessitando de uma injeção urgente de recursos financeiros dos seus fundadores ou cooperadores*.”.⁵⁷

No entanto, o Decreto-Lei n.º 132/2014 de 3 de setembro veio considerar que, “*torna-se impossível a integração no IPDJ, I.P., do passivo e dos recursos da MOVIJOVEM, pelo que se entende que a melhor opção é manter em funcionamento a entidade que, atento o respetivo capital de experiência e conhecimento, se considera ser, neste momento, a mais apta para implementar o modelo de gestão para a rede de Pousadas da Juventude*

⁵⁷ O estudo “Movijovem – em liquidação: Estudo de viabilidade da rede das Pousadas de Juventude – verão final” (Deloitte Consulting, 2013), visava a “*definição de um modelo de gestão e de rentabilização da atual Rede das Pousadas da Juventude existente em Portugal*.”

entretanto definido e que permitirá garantir a viabilidade e sustentabilidade económica e financeira desta rede no médio e longo prazo.”

A entrevista realizada ao Presidente da Movijovem (Ferreira A., 2015) mostra que o modelo de gestão passará pela concessão futura de Pousadas. Numa primeira fase serão quinze, tendo-se colocado no mercado, em 24 de abril de 2015, a concessão das Pousadas de Juventude de Alfeizerão, Alijó, Alvados-Porto de Mós, Areia Branca, Arrifana-Aljezur, Bragança, Lagos, Lisboa, Melgaço, Penhas da Saúde, S. Pedro do Sul, Vilarinho das Furnas e Viseu (Publituris, 2015), na medida em que “*o modelo visa a concessão das Pousadas, não privatização nem alienação de património*”. A segunda fase, lançada em agosto de 2015, colocava em concessão as mesmas Pousadas da primeira fase, com exceção de Arrifana-Aljezur e São Pedro do Sul (Movijovem, 2015), embora, o resultado desse concurso, como noticiado por Silva (2015a), evidencie que apenas cinco Pousadas, no total, foram concessionadas a privados.

Foram efetuadas entrevistas nas Pousadas de Juventude em Lisboa (Rua Andrade Corvo e Parque das Nações) e no Porto, assim como, na Direção Central da rede. Por razões de reserva à informação recolhida apenas será disponibilizada alguma informação de natureza mais genérica, de modo a não comprometer dados de natureza mais operacional e de negócio das próprias Pousadas de Juventude.

Assim sendo, as principais conclusões apontam para:

- ✓ A abertura dos *hostels* veio trazer uma forte concorrência para as Pousadas de Juventude, tendo em atenção a sua localização (no centro das cidades), maior flexibilidade operacional e produto mais adequado aos novos padrões da procura;
- ✓ Práticas de *pricing* muito agressivo e flexível por parte dos *hostels*, associados ao fatores acima mencionados, têm criado igualmente muita “pressão” na ocupação e rentabilidade das Pousadas de Juventude;
- ✓ As Pousadas de Juventude têm um maior número de camas, o que significa maiores dificuldades na sua rentabilização diária (tendo em atenção as cidades em investigação, Lisboa – Andrade Corvo possui 174 camas, enquanto Lisboa – Parque das Nações tem 94 camas. No Porto, a Pousada disponibiliza 148 camas);

- ✓ O principal mercado das Pousadas de Juventude continua a ser o mercado nacional (o que contrasta com os *hostels* independentes onde, como analisado anteriormente, a grande maioria da procura é do mercado externo)⁵⁸;
- ✓ A maioria dos clientes são grupos motivacionais em especial de encontros de desporto, cultura, estudo, entre outros. No caso da Pousada do Parque dos Nações a proximidade da Feira Internacional de Lisboa (FIL) também é geradora de um grande número de dormidas, maioritariamente de expositores e de outro pessoal de apoio às feiras aí realizadas;
- ✓ A indefinição estratégica (primeiramente com a liquidação da Movijovem que, afinal, já não acontecerá) teve igualmente impacto, mais a nível das Pousadas propriamente ditas, com menos apoio e menos flexibilidade na operação, não deixando a estas a capacidade de reagirem quer em preço quer na rentabilização das suas infraestruturas em função das necessidades do mercado, com manifesta perda de oportunidades.

Se é certo, como refere Catalão (2008), que a vocação das Pousadas de Juventude era sobretudo turística e social, através de uma *“rede de alojamento de qualidade, vocacionada para os jovens, com localizações privilegiadas em todo o território nacional, que permitam conhecer outras realidades, regiões, pessoas e culturas, praticando preços acessíveis (...), mas também possibilitando “aos jovens portugueses, em especial aos mais desfavorecidos, um contacto mais directo com a realidade e o património cultural, histórico e natural do País (...)”* denota-se, uma maior preocupação atual com os aspetos de natureza financeira na gestão da rede das Pousadas de Juventude.

Deste modo, cabendo novamente à Movijovem a gestão da rede nacional de Pousadas de Juventude, assim como, o respetivo modelo de gestão terá como principal preocupação, como mencionado no sítio do IPDJ (s.d.) *“revitalizar o turismo jovem, em*

⁵⁸ O INE publica anualmente informação estatística sobre colónias de férias e pousadas de juventude. Mesmo que agregada para as NUTS II, constata-se que o mercado nacional é o principal utilizador destas unidades de alojamento (81,9% das dormidas na região de Lisboa e 72,7% na região Norte para o ano de 2014 derivaram do mercado nacional, valores que se encontram ao nível dos verificados em 2013) (INE, 2014; INE, 2015).

particular no que respeita à rede de pousadas da juventude e ao Cartão Jovem, de modo a incrementar a mobilidade, com ganhos de eficiência e economia”.

7.7. *Hostels* e Reabilitação urbana

É certo que o aumento de turistas nas cidades de Lisboa e Porto, que procuram alojamento no centro histórico tem contribuído para a reabilitação urbana desses espaços. Assiste-se maioritariamente, nos centros urbanos, à reabilitação para fins turísticos, seja alojamento local, apartamentos para arrendamento de curta duração a turistas, *hostels* ou hotéis (Monteiro, 2014b).

Aliás, essa tem sido uma preocupação dos responsáveis nas Câmaras Municipais de Lisboa e Porto, na conjugação da importância do turismo e dos seus efeitos na requalificação dos edifícios, geração de emprego e de novas oportunidades nas regiões da Baixa lisboeta e portuense. Também a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa se veio associar a este fenómeno ao anunciar que vai apostar no turismo *low cost*, designadamente na abertura de *hostels* na capital. De acordo com o seu Presidente, “*o objetivo é destinar alguns dos edifícios que estão a ser reabilitados para esta atividade*” (J. Ferreira, 2015)

Ao nível de Lisboa, Salgado define o que designa por “*três R’s*”: a Reutilização dos edifícios, a sua Reabilitação e a sua Regeneração urbana (RTL, 2013, p. 17). Salgado aponta que existe muito a fazer na reabilitação do espaço público e dos edifícios, de modo a que se possam tirar as mais-valias da geografia, do rio, da Frente Ribeirinha, do património histórico, arquitetónico e urbanístico da cidade.

Como referiu, na conferência sobre “O papel do turismo na regeneração dos bairros tradicionais de Lisboa”, no âmbito da Semana da Reabilitação Urbana, em abril de 2014, “*a aposta é transformar Lisboa numa cidade competitiva, atraindo as pessoas, não só turistas, mas também residentes pois quanto melhor a cidade for para os liboetas, mais atrativa é para os turistas.*” (Semana da Reabilitação, 2014). Situação que voltou a reafirmar na Semana de Reabilitação Urbana, em 2015, ao afirmar que “*Lisboa mudou muito nos últimos 8 anos (...)*”, sendo uma cidade com capacidade de atrair e fixar jovens e mais atrativa para o turismo (Tavares, 2015b). Essa mesma ideia é partilhada por Siza Vieira, presidente da direção executiva da AHP e Eduardo Abreu, da Neoturis, ao considerarem que as áreas de maior interesse e atratividade turística na

cidade são as áreas de reabilitação urbana, embora seja fundamental a intervenção no espaço público, na recuperação dos equipamentos de natureza cultural para aumentar a taxa de visitação e de revisitação à cidade (Tavares, 2015a).

Quanto ao Porto, os principais objetivos de reabilitação urbana, no âmbito da SRU Porto Vivo (2005) passam pela “*re-habitação da Baixa do Porto; o desenvolvimento e promoção do negócio na Baixa do Porto; a revitalização do comércio; a dinamização do turismo, cultura e lazer; e a qualificação do domínio público.*” (p. 8).

Abrantes (2014b) levou a cabo uma investigação que teve como base avaliar o contributo dos *hostels* para o rejuvenescimento dos centros históricos de Lisboa e Porto. Os resultados apurados evidenciaram, entre outros aspetos, que os *hostels* tendem a localizar-se nas zonas mais centrais e mais antigas das cidades de Lisboa e Porto, ao mesmo tempo que, a sua maioria se localiza nessas zonas históricas, contribuindo para a recuperação de imóveis e/ou andares anteriormente devolutos ou em elevado grau de degradação.

Os dados recolhidos em inquérito levado a cabo junto dos *hostels* de Lisboa e Porto mostraram que a maioria dos *hostels* teve origem em recuperação de andar/imóvel (67,9% em Lisboa e 72,2% no Porto) o que, conjugado com a sua localização no centro histórico, como afirmado, veio contribuir para a recuperação do património edificado nessas cidades.

São vários, aliás, os *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto que referem essa situação nos respetivos *sites* ou em artigos jornalísticos, com recuperação integral de edifícios centenários ou em anterior elevado estado de degradação (casos, por exemplo, de recuperação do *The Independent* em Lisboa ou o *Tattwa Design Hostel* no Porto – Chitas, 2013 – ou do *Golden Tram 242 Lisbonne Hostel*, instalado num edifício de 1922, devoluto, que apenas manteve a fachada e o elevador – Freitas, 2013).

Aliás, como refere José Guerra, presidente da Associação de *Hostels* de Portugal (Freitas, 2013) este tipo de produto é criado em edifícios antigos situados nos centros das cidades, através da dinamização de espaços devolutos que vieram dar vida à baixa.

Costa (2011) deixa transparecer que os “*hostels (em Lisboa) são a estada de eleição da geração mais nova de viajantes. E o segmento turístico que mais cresce*”, definindo Lisboa como a cidade mais atrativa para o turismo *low cost*.

Também no Porto a tendência é idêntica. De acordo com o Presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal “*o boom dos hostels é fruto da crescente chegada à cidade do Porto de pessoas mais novas do que o habitual, mas também fruto da oportunidade de viajar a um custo mais baixo, através das companhias aéreas “low cost” e dos intercâmbios universitários como o Erasmus, que trazem estudantes novos em setembro e janeiro.*” (Jornal de Notícias, 2012).

Teixeira (2013) aponta para os inúmeros exemplos de regeneração/reutilização de edifícios no Porto, muitos deles ao abandono e que são hoje residências de estudantes (*Erasmus*), residências temporárias ou pequenas unidades de alojamento local, em especial ao nível dos *hostels*.

Para o Presidente da Associação da Direção da ATP, “*o Porto não pretende a mera réplica de edifícios para a hotelaria iguais aos restantes destinos mas sim reabilitar imóveis que permitam ao turista vivenciar uma experiência única, num edifício histórico ou emblemático.*”, sendo que, além dos hotéis, também os *hostels* marcam presença e têm-se instalado nas principais áreas turísticas da cidade, como sejam, a Baixa e centro histórico (Freitas, 2013).

Luz (2014) mostra como o turismo tem sido a alavanca da reabilitação da baixa (também Alves, 2014a, tece o mesmo comentário ao referir que “*pode mesmo dizer-se que o turismo está a ser a alavanca da reabilitação da Baixa e centro histórico*”). Sob o título “Porto recupera metade da Baixa numa década” a tendência, como mencionado, aponta para “*projetos de unidades hoteleiras, em particular de alojamento local de pequena dimensão até 10 quartos no Centro Histórico*”. De acordo com a análise efetuada, “*a Baixa e o centro histórico têm 162 unidades hoteleiras (82 são alojamento local) em funcionamento*”. Mesmo assim, o centro histórico mantém-se como uma área onde os prédios existentes necessitam de intervenção. Se, em 2001, existiam 1739 prédios a precisar de intervenção na Baixa do Porto, dez anos depois, esse número ainda era superior a mil – 1005 imóveis.

No entanto, para a SRU Porto Vivo a cadência de pedidos para novas unidades pode levar ao excesso de oferta. De acordo com o seu Presidente “*cremos que, no máximo, dentro de um ano, o mercado turístico estará saturado*” (Alves, 2014b). Embora reconhecendo que “*o turismo é unanimemente reconhecido como uma das grandes*

alavancas da reabilitação urbana do Porto” está-se a passar “(...) *de uma situação de carência hoteleira (...)*” para se “(...) *entrar no ponto de rutura e do excesso de oferta*”.

De acordo com João Appleton (citado em Banha, 2014a) foi o *boom* do turismo que contribuiu para a reabilitação dos centros históricos de Lisboa e Porto. Também o geógrafo José Rio Fernandes, citado no mesmo artigo, refere, de forma muito pragmática que “*nas cidades onde o turismo não existe, a reabilitação está por fazer*”. Esse mesmo entendimento é proferido por Carneiro (2014) num artigo na Revista Municipal da Câmara Municipal de Lisboa, onde a temática sobre reabilitação foi analisada, salientando que “*o casario recuperado ganha espaço e sacode as marcas do tempo, dando os bons dias a novos equipamentos, ao rejuvenescimento demográfico e à revitalização económica*” onde “(...) *o crescimento do turismo tem motivado o investimento em unidades hoteleiras, contribuindo para a requalificação das zonas históricas e centrais da cidade, criando emprego, dinamizando o comércio local e trazendo nova vida à cidade.*”.

Abreu (2014) salientou os impactos da reabilitação urbana ao nível da oferta e procura turística. Se do lado da oferta, a integração de residentes e turistas, a dinamização cultural e de lazer, a atração de investimento foram os principais impactos, quanto à procura, o autor definiu o aumento da estada média, o alargamento do perímetro da procura potencial e o crescente reconhecimento da cidade/região enquanto destino turístico. Para Abreu (2014), “*a relação entre turismo e reabilitação urbana é um processo integrado de desenvolvimento local/regional, onde os objetivos individuais por vezes têm de ser parcialmente sacrificados para atingir um objetivo global e sustentado de longo prazo.*”

Como ressalva Botelho (2015), “*a estratégia de regeneração urbana (no Porto) tem sido muito bem conduzida, com um impacto direto significativo, não apenas na atividade económica local, mas também na perspectiva de formatação da cidade como espaço de cultura, de vivência e de identidades próprias.*”, salientando a inquestionabilidade da dinâmica vivida na Baixa do Porto, aliada a “*novos e interessantes projetos turísticos no comércio tradicional, na hotelaria, na restauração e na animação noturna*”, contrariando o processo de desertificação que se vivia nesta zona da cidade.

Independentemente da recuperação e reabilitação urbana nas cidades, dando lugar a novos espaços e a novas unidades de alojamento, incluindo os *hostels*, certo é que, como ilustrava Antunes (2015a), em finais de agosto, as “*casas particulares já têm metade das camas dos hotéis*”, com 18,2 mil alojamentos oficialmente registados em Portugal no início de agosto, quando em julho, ou seja, um mês antes, esse número estava “*na casa dos 13 mil*”. Mas, mais importante que estes números, são os alojamentos registados no *Airbnb* (26,7 mil alojamentos), dos quais 10,2 mil alojamentos na cidade de Lisboa e 2600 no Porto. De acordo com o diretor da *Airbnb*, citado em Antunes (2015a), a hospitalidade lusa levou a que os americanos tenham considerado a cidade do Porto como a cidade mais interessante a visitar na Europa.

Face a esta pressão de apartamentos particulares, em especial na Baixa-Chiado e outros bairros de Lisboa, a CML está a realizar um diagnóstico sobre a avaliação dos impactos do turismo na cidade, de modo, a evitar fenómenos de concentração e aumento exponencial de turistas, levando à revolta de moradores, como aconteceu em Barcelona (Antunes, 2015c).

Lisboa e Porto vivem, atualmente, num turbilhão de opiniões entre os que consideram que já há turistas a mais e aqueles que advogam que ainda existe capacidade de carga para acomodar esse turismo.

Nogueira (2015) escrevia que os “*Lisboetas sentem-se cada vez mais acossados pelos turistas*”, salientando que “*um pouco por todo o centro histórico, multiplicam-se cafés, restaurantes e lojas cujo mote é o very typical. Em todo o lado nascem hostels, serviced apartments e boutique hotels e já não há quem consiga contar os tuk tuk que se acotovelam pelas ruas estreitas (...)*”. Também Luís Mendes, investigador do Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, citado em Nogueira (2015), considera que, nos últimos cinco anos, com a proliferação dos *hostels* e outras formas de alojamento, se veio colocar em causa a função residencial da população autóctone que habita nestes bairros há várias décadas.

Sá (2014) salienta, por um lado, a importância que o turismo tem tido para a cidade do Porto ao afirmar que “*Esta avalanche de turistas mudou a vivência da cidade e mesmo a sua estrutura. A abertura de diversos hotéis e a proliferação de hostels, os inúmeros restaurantes e lojas, a multiplicação dos barcos que fazem viagens turísticas no Douro,*

enfim, uma infinidade de atividades ligadas ao turismo e que vive, muitas vezes, exclusivamente do mesmo. Com todos os aspetos positivos, ligados à criação de emprego, à recuperação de edifícios, à animação económica e ao cosmopolitismo. Mas dou comigo a pensar que, embriagada por esta onda turística, a cidade está a colocar demasiados ovos no mesmo cesto, correndo-se o risco de se cair num excesso de oferta pernicioso, para onde toda a gente se vira “porque é o que está a dar”.

Henriques (2014) falava na “*turistificação*” de Lisboa sobre o crescimento do turismo na cidade quer do ponto de vista da procura quer da oferta. Como descreve, “*Serão coisas a mais para uma cidade tão pequena como Lisboa?*”. No entanto, alguns entrevistados evidenciam as vantagens do aumento do turismo na cidade de Lisboa (“*casas a cair estão a ser recuperadas, prédios que estavam devolutos ficam habitados, fachadas são pintadas. Tudo isto vai criar muito mais vida, postos de trabalho, etc.*”), enquanto outros se mostram mais céticos (“*no coração de uma zona que se vem modificando pelo turismo com as lojinhas de souvenirs e mercearias, novos cafés, novos negócios, tuk tuks e segways (...) a sensação é de que isto está a ser transformado num Luna Park, numa Disneylândia à portuguesa.*”).

Se há um par de anos houve uma explosão de *hostels* (unidades hoteleiras mais pequenas e vocacionadas para o turismo jovem), hoje a aposta parece ser nos hotéis de charme. Ou seja, além dos jovens “mochileiros”, o Porto também está a tentar captar os segmentos mais exigentes e com mais poder de compra (Alves, 2014a). Por outro lado, mesmo num cenário em que o investimento na regeneração urbana implique um esforço de captação de verbas comunitárias, Luz e Abreu (2015) consideram que “*o Porto de 2020 vai ser uma certeza turística. Um destino com mais visitantes atraídos pelo património e pelo dinamismo cultural.*”.

Também o Presidente do Turismo de Portugal salienta que afirmar que há turistas a mais “*(...) é esquecer um passado não muito longínquo onde, nomeadamente nos centros urbanos havia desertificação, decadência económica e das próprias estruturas edificadas.*”, com o turismo a permitir recuperar e regenerar as cidades (Silva, 2015b).

Não deixa de ser igualmente importante ter em atenção alguns excertos do editorial de Petiz (2014) ao considerar que “*Já não se pode andar em Lisboa. Para onde quer que nos viremos, há bandos de turistas à solta. Sentados nas nossas esplanadas favoritas. A*

passar pelo Chiado e pela Avenida da Liberdade (...). Este ano, devemos, pela primeira vez, receber mais estrangeiros do que o número de habitantes que temos – onze milhões. E não é só nos destinos de sol e praia e golfe. Não é por acaso, não é uma moda passageira, há trabalho por trás destes números. Um trabalho que muitos fazem questão de minimizar mas que existe e produz resultados. (...) O efeito Primavera Árabe já lá vai. Isto é mesmo mérito nosso. E a maior prova de que está tudo a correr bem é que já dizemos mal do turismo.”

O alojamento local, como se constata anteriormente, pela atualidade do tema, tem estado na ordem do dia, com notícias frequentes sobre o seu crescimento exponencial e sobre os impactos que isso tem representado para o aumento do número de turistas, a par com os benefícios na reabilitação urbana dos centros históricos das cidades, em particular e atendendo ao tema em investigação, na recuperação e revitalização das zonas da “Baixa” de Lisboa e do Porto.

7.8. Hotelaria em Lisboa e Porto – breve apontamento estatístico

Pela importância para o tema, considera-se igualmente vital caracterizar os principais indicadores estatísticos do turismo para as cidades de Lisboa e Porto. Denota-se, no entanto, algumas fragilidades estatísticas relativamente à cidade do Porto, com falta de informação até 2005 e quebra da série em 2008, com os inconvenientes de análise daí decorrentes.

Tentou-se igualmente correlacionar os dados estatísticos da hotelaria com os dados das companhias aéreas de baixo custo, ao nível dos passageiros transportados, mas a não disponibilização da informação pela ANA veio inviabilizar os últimos anos da série, a partir de 2011.

Os indicadores de turismo para a cidade de Lisboa (INE, 2003-2014a) mostram que, ao longo do período em análise quer a oferta quer a procura têm aumentado, com o ano de 2013 a reforçar a oferta hoteleira em mais de 16%. As dormidas na hotelaria têm acompanhado de perto a evolução da oferta.

O coeficiente de correlação entre as dormidas na hotelaria e os passageiros das companhias aéreas de baixo custo, no intervalo entre os anos 2002 a 2011 é de 0,941, sendo de 0,962 se se considerar as dormidas em todos os meios de alojamento.

Tabela 41

Indicadores específicos de turismo na cidade de Lisboa (2002-2013)

Anos	Capacidade de Alojamento (quartos)				Dormidas				Passageiros LCCs	
	Hotelaria	% cresc.	Total	% cresc.	Hotelaria	% cresc.	Total	% cresc.	Nº Paxs	% cresc.
2002	21.162	-	27.978	-	3.640.222	-	4.525.317	-	55.147	-
2003	22.127	4,6%	28.932	3,4%	3.679.936	1,1%	4.522.908	-0,1%	198.297	259,6%
2004	24.785	12,0%	31.851	10,1%	4.024.201	9,4%	4.973.439	10,0%	452.800	128,3%
2005	25.539	3,0%	32.545	2,2%	4.149.927	3,1%	5.109.180	2,7%	663.722	46,6%
2006	24.741	-3,1%	31.991	-1,7%	4.680.079	12,8%	5.755.431	12,6%	1.388.221	109,2%
2007	26.030	5,2%	33.390	4,4%	4.993.271	6,7%	6.131.288	6,5%	1.883.318	35,7%
2008	27.559	5,9%	34.246	2,6%	4.881.548	-2,2%	5.975.605	-2,5%	2.020.664	7,3%
2009	28.399	3,0%	35.307	3,1%	4.590.478	-6,0%	5.717.176	-4,3%	1.987.512	-1,6%
2010	28.991	2,1%	35.258	-0,1%	5.120.959	11,6%	6.190.588	8,3%	2.021.619	1,7%
2011	29.385	1,4%	35.618	1,0%	5.438.983	6,2%	6.419.256	3,7%	2.029.599	0,4%
2012	29.710	1,1%	35.710	0,3%	5.795.312	6,6%	6.789.166	5,8%	n.d.	-
2013	34.495	16,1%	40.235	12,7%	6.654.284	14,8%	7.454.655	9,8%	n.d.	-

Nota: n.d. - não disponível

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE e ANA

O sucesso alcançado pela região de Lisboa em 2014, ultrapassando as dez milhões de dormidas (10.822,4 mil dormidas, ou seja, um crescimento de 15,6% face a 2013), não deixa de ser um excelente indicador, indiciador de crescimentos de dormidas igualmente importantes para a cidade neste ano.

Tal como na cidade de Lisboa, também no Porto (INE, 2003-2014b) os indicadores de turismo, apesar das limitações já citadas, mostram uma tendência crescente ao longo dos anos, com os anos de 2012 e 2013 a reforçarem significativamente a capacidade hoteleira na cidade (13,7 e 14,3% de crescimento da oferta em 2012 e 2013, respetivamente).

Tabela 42

Indicadores específicos de turismo na cidade do Porto (2002-2013)

Anos	Capacidade de Alojamento (quartos)				Dormidas				Passageiros LCCs	
	Hotelaria	% cresc.	Total	% cresc.	Hotelaria	% cresc.	Total	% cresc.	Nº Paxs	% cresc.
2002	5.145	-	8.289	-	n.d.	-	1.048.462	-	0	-
2003	5.230	1,7%	8.499	2,5%	n.d.	-	996.615	-4,9%	0	-
2004	5.208	-0,4%	8.550	0,6%	n.d.	-	1.064.188	6,8%	13.284	s.s.e.
2005	5.395	3,6%	8.703	1,8%	n.d.	-	1.113.237	4,6%	332.143	2400,3%
2006	5.946	10,2%	9.245	6,2%	990.130	s.s.e.	1.302.763	17,0%	673.605	102,8%
2007	6.159	3,6%	9.471	2,4%	1.116.409	12,8%	1.460.382	12,1%	1.247.114	85,1%
2008	6.862	11,4%	10.136	7,0%	n.d.	-	1.513.311	3,6%	1.695.431	35,9%
2009	7.339	7,0%	10.405	2,7%	1.124.321	s.s.e.	1.457.336	-3,7%	1.972.711	16,4%
2010	7.912	7,8%	10.896	4,7%	1.342.297	19,4%	1.690.918	16,0%	2.628.116	55,0%
2011	8.363	5,7%	10.933	0,3%	1.485.246	10,6%	1.783.781	5,5%	3.247.188	64,6%
2012	9.510	13,7%	11.912	9,0%	1.575.317	6,1%	1.815.157	1,8%	n.d.	-
2013	10.873	14,3%	12.905	8,3%	1.890.295	20,0%	2.102.481	15,8%	n.d.	-

Nota: s.s.e. - sem significado estatístico; n.d. - não disponível

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE e ANA

As dormidas na hotelaria viram a sua posição consolidada com níveis de crescimento a dois dígitos, nos últimos anos, a que não será alheio o desenvolvimento das companhias aéreas de baixo custo para esta cidade.

O coeficiente de correlação entre as dormidas nos diferentes meios de alojamento e os passageiros nas *low cost carriers*, entre os anos de 2004 a 2011, é de 0,973.

Também os dados para 2014, neste caso, para a região Norte, mostram níveis de crescimento elevados, com as dormidas a crescerem 11,8% face a 2013.

Globalmente, dentro das limitações já referidas, constata-se uma forte correlação positiva, em ambas as cidades, entre as dormidas nos diferentes meios de alojamento e os passageiros das companhias aéreas de baixo custo. Caso se considerasse o mesmo período em Lisboa que no Porto (2004 a 2011), a correlação em Lisboa seria de 0,922.

7.9. Conclusões do capítulo

Apesar de ser uma realidade recente em Portugal, não só as companhias aéreas de baixo custo como os *hostels*, começa a existir alguma informação disponível sobre os temas em análise.

No caso das companhias aéreas de baixo custo, existem estudos científicos que mostram a importância das companhias aéreas para o desenvolvimento do turismo nas regiões/aeroportos onde se implantam, tal como, já o demonstraram, no caso nacional, Abrantes (2014a), Almeida (2011), Barbot (2008), Campilho (2014), Carballo-Cruz e Costa (2014), Costa *et al.* (2012), Gonçalves (2009), Lourenço (2008), entre outros.

Pena é que, após a privatização da ANA, esta tenha colocado como política a não disponibilização de informação estatística, não percebendo que a partilha, como defendido por Madlberger (2009), entre outros autores, favorece o processo de articulação e coordenação entre as organizações envolvidas (em redes), bem como a aprendizagem e a construção de vantagens competitivas sustentáveis.

Em relação aos *hostels*, trata-se de uma matéria extremamente jovem e de uma quase nula investigação internacional, muitas vezes associada a residências de natureza médica, psiquiátrica ou social ou, nos casos turísticos, às Pousadas de Juventude (ou por

via dos seus utilizadores, neste caso, literatura ligada aos *backpackers* ou, em alternativa, aos *independent travellers*).

No caso nacional, a jovialidade do tema, leva a que a investigação assuma ainda um carácter descritivo e de enquadramento sobre estas temáticas e muito menos na exploração de teorias explicativas de determinados comportamentos ou de interligação de variáveis e de realidades em análise (casos de Abrantes, 2013; Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013; Saraiva, 2013; Silva, M., 2014). Algumas dissertações e trabalhos científicos editados, como analisadas em detalhe no ponto 7.4., dão os primeiros passos na caracterização do mercado em si ou fazem avaliações de casos específicos de *hostels*, como os exemplos de *The Independent Hostels & Suites* (Lara, 2014) ou o estudo económico para a implementação de um *business hostel* (Andrade, 2014).

A recente alteração do quadro legal do alojamento local, com discussões públicas e posições diferentes entre interlocutores, mostra, mais uma vez que, além dos retratos “jornalísticos” sobre o tema, nada existe do ponto de vista científico que permita dar corpo a esta nova vertente de investigação. Mesmo assim, pela importância e para futuros enquadramentos situacionais do tema tentou-se elencar as diferentes divergências existentes na sua abordagem.

A falta de estatísticas sobre o alojamento local (e sobre os *hostels*, embora esta figura apenas tenha sido enquadrada legalmente em abril de 2015) é igualmente um sinal da fragilidade da informação existente.

Estes fenómenos não são, em todo o caso, uma realidade nova e exclusivamente nacional, como se pode constatar pela informação tratada sobre o mercado de Espanha, onde as discussões e opiniões têm sido extremamente contundentes e onde as preocupações tendem a ser comuns, ao nível da legalidade, equidade de tratamento, segurança, fiscalização e fiscalidade.

Ao se querer relacionar o contributo dado pelas companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo (campo com evidência científica com muitos trabalhos já publicados, como apresentado no ponto 3.7.) e, em particular, ao nível dos *hostels* (onde a dificuldade de informação de cariz científico é mais premente), está-se ciente da inovação do tema e das limitações daí decorrentes.

O próximo capítulo permitirá analisar e discutir os dados recolhidos através dos instrumentos de observação utilizados junto dos proprietários dos *hostels*, dos seus clientes e, igualmente, junto da hotelaria e de um painel de especialistas. As várias fontes de informação, seja de natureza mais operacional ou estratégica – no caso do painel de especialistas – permitiram recolher um manancial de dados que ajudarão a perceber, contextualizar e validar (ou rejeitar) as hipóteses tecidas nesta investigação.

Parte V – Análise de dados

8. Análise e discussão dos dados primários

8.1. Introdução

O objetivo deste capítulo é proceder à análise, interpretação e discussão dos dados recolhidos ao longo do trabalho de campo nos inquéritos e nas entrevistas levadas a cabo.

No capítulo 5 teve-se oportunidade de aprofundar alguns dos principais aspetos e constrangimentos metodológicos inerentes a esse trabalho de campo, assim como, ao nível de respostas obtidas durante esse período, cujos resultados se consideram relevantes para os objetivos delineados, capazes de dar a necessária robustez científica e consistência às hipóteses em análise.

No tratamento estatístico dos questionários, na sua abordagem aos dados quantitativos, foi utilizado o programa estatístico *IBM PASW SPSS V. 22*. A utilização desta ferramenta profissional ajudou na sistematização da informação mas, por razões de apresentação e facilidade de leitura, recorreu-se, quase sempre, a representações gráficas ou tabelas integrando a informação de ambas as cidades. Mesmo assim, muita dessa informação estatística consta dos Anexos da presente investigação.

Certo é que, pelo volume de informação em tratamento, algumas das perguntas serão pouco exploradas, concentrando-se a análise nos aspetos que estejam diretamente ligados ao objeto de estudo e às hipóteses de investigação.

Todas as interpretações assentam nos dados validados (*valid percent*), uma vez o número de respostas em branco (*missing system*) ser baixo. Quando elevado, como no caso da pergunta 18 do questionário dos turistas em Lisboa e Porto (serviços e infraestruturas) e da pergunta 10 do questionário dos *hostels* (serviços e infraestruturas oferecidas) será devidamente identificado o número de questionários que estarão na base do apuramento desses dados.

8.2. Análise dos questionários

8.2.1. Questionário junto da oferta dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto

A taxa de resposta obtida junto dos *hostels*, já ponderada para evitar efeitos de enviesamento, encontra-se espelhada na tabela abaixo (e como já apresentado

anteriormente na Tabela 10). Os resultados apurados permitem constatar que, apesar do maior número de *hostels* em Lisboa, a taxa de resposta foi mais baixa que na cidade do Porto, onde esse valor atingiu os 67,8% (51% em Lisboa, em função do número de camas).

Tabela 43

Oferta de *hostels* e taxa de resposta em Lisboa e Porto (ponderada)

Cidade	Oferta		Respostas (ponderadas)		Taxa de Resposta (%)		Peso (%)	
	Nº <i>hostels</i>	Nº camas	Nº <i>hostels</i>	Nº camas	Nº <i>hostels</i>	Nº camas	Nº camas (oferta)	Nº camas ponderadas (respostas)
Lisboa								
< 50 camas	34	1.130	18	565	52,9	50,0	42,1	41,3
50+ camas	17	1.552	9	804	52,9	51,8	57,9	58,7
Total	51	2.682	27	1.369	52,9	51,0	100	100
Porto								
< 50 camas	19	635	12	427	63,2	67,2	59,2	58,7
50+ camas	6	437	4	300	66,7	68,6	40,8	41,3
Total	25	1.072	16	727	64,0	67,8	100	100

Fonte: Elaboração própria

Olhando para os indicadores sobre o número de camas por tipologia dos *hostels* da amostra, agregados ao nível das diferentes medidas de localização (média, valor máximo e mínimo) e de dispersão (mediana, desvio padrão), verificam-se algumas diferenças entre cidades, em especial no que respeita aos quartos privados (*ensuite*) e dormitórios de quatro camas. Quanto à dimensão média, os valores são bastante próximos com um valor médio de camas de 49,81 em Lisboa e 44,88 no Porto.

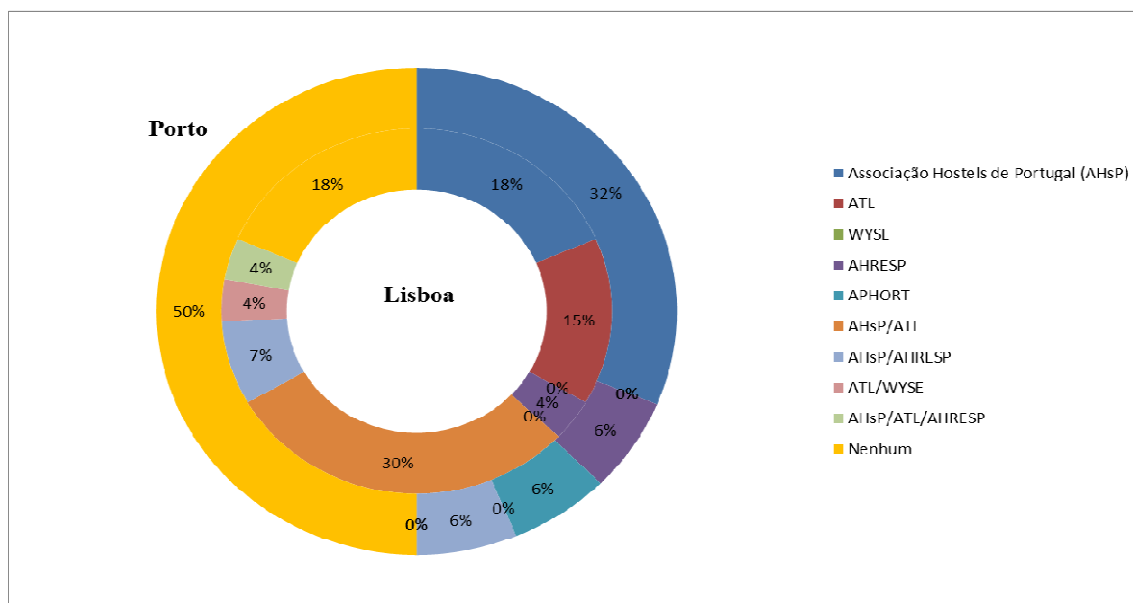
Constata-se, neste campo, elevada assimetria da amostra, valores esses influenciados pelas medidas de localização não central ao nível das localizações extremas e elevadas amplitudes totais (a variar, em Lisboa, entre as 18 e as 150 camas). O desvio padrão, pelos valores apurados, evidencia fragilidade pela dificuldade de standardização dos equipamentos, das suas capacidades e suas tipologias e, em especial, pela amplitude dos valores que compõem a amostra. Mesmo assim, se atendermos à investigação levada a cabo por Saraiva (2013) sobre o mercado *hostel* em Lisboa, a capacidade média foi de 71 camas (com o mínimo de 29 camas e um máximo de 141 camas), com um desvio padrão de 34, em linha com o valor registado nesta investigação (34,589).

No Anexo 32 apresentam-se os valores para o número de quartos por tipologia, cujas conclusões não variam substancialmente das apuradas sobre o número de camas.

Quando olhamos para o tipo de gestão, percebe-se que a maioria da gestão é independente (96,3% das respostas em Lisboa e 93,8% no Porto), com a maioria dos *hostels* no Porto a não possuírem qualquer grau de associativismo (56%, quando comparado com os 18% em Lisboa).

Em Lisboa, o associativismo privilegia a Associação de *Hostels* de Portugal (AHsP) e a Associação de Turismo de Lisboa (ATL), conjuntamente com 33% dos associados, sendo que, individualmente a Associação de *Hostels* de Portugal é a mais citada.

No que respeita às “Outras associações”, a AHRESP possui associados em ambas as cidades, com a APHORT a cingir-se ao mercado do Norte. Verifica-se ainda que, em menor escala, existe um *hostel* (Lisboa) afiliado em três associações e que, em ambas as cidades, não existe qualquer associativismo internacional ao nível da WYSE.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 6)

Fig. 50. Grau de Associativismo

Olhando-se para os preços médios por cama praticados nos quartos individuais, verifica-se uma elevada amplitude com os mesmos a variarem entre os 10-24 € e os 55-79 €, sendo que 77,3% se situam, em Lisboa, entre os 25 e os 54 €. No que respeita ao Porto, metade situa-se no escalão mais baixo (entre 10 e os 24 €), sendo que 28,6% têm preços médios por cama entre os 40 e os 54 €.

Efetuando-se a mesma análise para os preços por cama nos dormitórios, verifica-se que os preços, em Lisboa e no Porto, não vão além dos 24 € (limite superior), com 66,7% dos mesmos a situarem-se, em Lisboa, no intervalo entre os 15 e os 24 €. No Porto, constata-se um equilíbrio na distribuição nos dois intervalos mais baixos (50% em cada uma das categorias).

Em Lisboa ou no Porto todos os *hostels* indicaram que praticam preços diferenciados por época do ano (estação alta/baixa), sendo que a maioria altera igualmente os seus preços ao longo da semana (semana/fim-de-semana), com maior incidência no mercado do Porto.

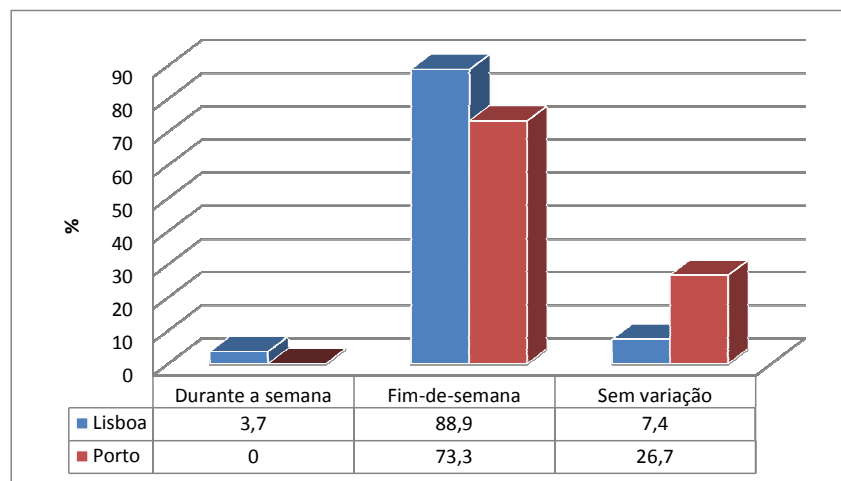
Tabela 44
Política tarifária

Alteração dos preços (%)	Lisboa	Porto
Ao longo do ano		
Sim	100	100
Ao longo da semana		
Sim	72	80
Não	28	20

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 9)

Essa situação decorre da maior procura durante o fim-de-semana, como comprovado pelas respostas dos inquiridos em Lisboa ou no Porto, verificando-se, como tal, uma adequação das políticas comerciais dos *hostels* ao perfil da procura. De facto, é elevada a indicação dos diferentes inquiridos em Lisboa e Porto, que considera existir uma maior procura durante o fim-de-semana (altura propícia para mercado de *weekend* e de *short break*), como traduzido na figura da página seguinte.

Não deixa de ser interessante constatar que muitos dos *hostels* não sentem qualquer variação da procura durante a semana, sendo que, no Porto, esse valor é nulo (e residual em Lisboa – 3,7%). Aliás, no Porto, mais de um quarto dos inquiridos (26,7%) identificam um comportamento estável da procura na unidade, ou seja, sem qualquer variação ao longo do tempo, contrastando com os 7,4% sinalizados em Lisboa.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 18)

Fig. 51. Sazonalidade semanal no *hostel* (%)

Não existem diferenças significativas, em ambas as cidades, na valorização dos serviços e infraestruturas oferecidas e no grau de importância reconhecido como importante para o hóspede. Mesmo assim, verifica-se que os *hostels* do Porto disponibilizam mais espaços exteriores, bar, equipamentos de entretenimento e quartos privados (com as correspondentes casas de banho). No caso de Lisboa, o serviço de refeições, zona de leitura e cacifos individuais sobrepõem-se aos oferecidos no Norte.

Deste modo, os principais serviços disponibilizados pelos hóspedes vão ao encontro dos atributos considerados mais valorizados pelos clientes (como já reconhecido em Saraiva, 2013), como sejam, a oferta do serviço de *internet*, a existência de uma cozinha equipada e de uma área de refeição, salas comuns, depósito de bagagem gratuito e cacifos individuais, assim como, disponibilização de informação turística e existência de quartos privados. Não deixa de ser igualmente relevante verificar que a totalidade dos *hostels*, em ambas as cidades, disponibiliza dormitórios mistos, embora com uma maior divulgação quanto ao grau de importância que lhe é atribuído (esta situação decorre mais da oferta do produto *hostel*, enquanto unidade de alojamento que tem de assentar em dormitórios, do que da valorização que lhe é reconhecida, ou seja, muitos dos serviços são disponibilizados porque importantes na estruturação do produto, mas pouco valorizados enquanto tal).

De acordo com os *hostels*, os serviços e infraestruturas menos valorizados pelos hóspedes e, como tal, com menor oferta de serviços, respeitam à venda de bebidas/*snacks* (em especial se em *vending*), à possibilidade de troca de livros (ou

existência de uma biblioteca) e de uma sala de leitura, embora nestes últimos casos, porque os investimentos são mínimos, sejam disponibilizados por muitas das unidades.

Tabela 45
Serviços e infraestruturas nos *hostels*

Serviços e Infraestruturas	Cidade	Oferta de serviços		Grau de importância para o hóspede (%)					Nº de respostas
		Frequência	Valid percent (%)	1	2	3	4	5	
Quartos privados	Lisboa	22	81,5	4,8	4,7	9,5	28,6	52,4	21
	Porto	14	93,3			25	25	50	12
Dormitórios separados (por género)	Lisboa	14	53,8	5,3	15,8	21	36,8	21,1	19
	Porto	7	50	30		10	30	30	10
Dormitórios mistos	Lisboa	26	100		5	25	50	20	20
	Porto	15	100	7,7	15,4	15,4	53,8	7,7	13
Salas comuns (<i>Chill out spaces</i>)	Lisboa	26	100				14,3	85,7	21
	Porto	15	100			8,3	33,4	58,3	12
Espaços exteriores comuns	Lisboa	11	42,3			16,7	44,4	38,9	18
	Porto	14	93,3		7,7	7,7	38,4	46,2	13
Sala de leitura	Lisboa	21	84		11,1	44,4	27,8	16,7	18
	Porto	9	64,3	20	10	60		10	10
Equipamentos de entretenimento	Lisboa	18	69,2		10,5	47,4	26,3	15,8	19
	Porto	12	80	8,3	8,4	58,3	8,3	16,7	12
Casa de banho privada (quartos privados)	Lisboa	14	53,8		5,3	5,2	31,6	57,9	19
	Porto	10	71,4		16,7	16,7	33,3	33,3	12
Casa de banho partilhada (por género)	Lisboa	14	56		12,5	25	31,3	31,2	16
	Porto	6	40	10		40	30	20	10
Casa de banho partilhada (unisexo)	Lisboa	12	50	5,6	16,6	55,6	11,1	11,1	18
	Porto	11	78,6			55,6	33,3	11,1	9
Cozinha equipada	Lisboa	25	96,2				33,3	66,7	21
	Porto	15	100			15,4	30,8	53,8	13
Área de refeições	Lisboa	26	100			10	40	50	20
	Porto	15	100		7,7	23,1	15,4	53,8	13
Serviço de refeições	Lisboa	13	50	5,3	21	26,3	31,6	15,8	19
	Porto	5	38,5	10	20	50	10	10	10
Venda de bebidas/snacks (receção/bar)	Lisboa	19	73,1	10	5	30	35	20	20
	Porto	11	73,3		25	41,7	25	8,3	12
Venda de bebidas/snacks (<i>vending machines</i>)	Lisboa	7	26,9	21,1	10,5	26,3	42,1		19
	Porto	4	26,7	20	30	50			10
Bar	Lisboa	7	26,9	11,1	5,6	27,8	33,3	22,2	18
	Porto	6	40		9,1	36,4	45,4	9,1	11
Serviço de lavandaria	Lisboa	25	96,2		9,5	52,4	14,3	23,8	21
	Porto	13	86,7		25	41,7	25	8,3	12
Internet wi-fi (áreas comuns)	Lisboa	26	100				4,8	95,2	21
	Porto	15	100			7,7	15,4	76,9	13
Internet wi-fi (quartos/dormitórios)	Lisboa	26	100				14,3	85,7	21
	Porto	14	93,3			7,7	30,8	61,5	13
Acesso à internet (área de acesso/computadores)	Lisboa	25	96,2			5	20	75	20
	Porto	14	93,3			8,3	41,7	50	12
Receção H24	Lisboa	23	88,5		4,8	9,5	14,3	71,4	21
	Porto	14	93,3			7,7	30,8	61,5	13
Depósito de bagagem (gratuito)	Lisboa	26	100			4,8	28,5	66,7	21
	Porto	14	93,3		7,7	30,8	7,7	53,8	13
Cacifos individuais	Lisboa	24	92,3		4,8	14,2	14,3	66,7	21
	Porto	12	80			27,3		72,7	11
Biblioteca (troca de livros)	Lisboa	18	69,2	23,8	14,3	57,1		4,8	21
	Porto	11	73,3	23,1	46,1	23,1	7,7		13
Informação turística	Lisboa	26	100			4,8	33,3	61,9	21
	Porto	15	100		15,4	15,4	7,7	61,5	13
Organização de eventos turísticos (<i>tours</i> , provas de vinho, noites temáticas, etc.)	Lisboa	17	65,4		5	30	35	30	20
	Porto	11	73,3		9,1	36,4	45,4	9,1	11
Aceitação de cartão de crédito	Lisboa	23	89,5	4,8		14,3	33,3	47,6	21
	Porto	12	80	7,7	7,7	30,8	23	30,8	13

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 10)

No caso do Porto, os *hostels* têm igualmente a perceção que os dormitórios separados por género não serão relevantes para os clientes, embora disponibilizados por metade dos *hostels* inquiridos. Também o serviço de bar é reconhecido como algo importante para os hóspedes, mas com uma menor disponibilização pelos *hostels*.

Quando solicitada a informação de priorização dos principais atributos de serviços/infraestruturas valorizados pelos clientes (sendo 1 o mais valorizado e 5 o menos valorizado), nota-se que a componente tecnológica (*internet/wi-fi*) lidera (com 10 citações em Lisboa e 3 no Porto, como elemento mais valorizado), embora a cozinha equipada, salas comuns, informação turística e receção H24 sejam igualmente reconhecidos pelos proprietários dos *hostels* como elementos importantes no produto oferecido.

Tabela 46
Valorização dos serviços/infraestruturas pelos hóspedes

Fator mais valorizado (1)	nº	Fator valorizado (2)	nº	Fator valorizado (3)	nº	Fator valorizado (4)	nº	Fator menos valorizado (5)	nº
Lisboa									
Internet/wi-fi	10	Cozinha equipada	7	Informação turística	3	Receção H24	5	Informação turística	4
Ambiente/Convívio	5	Internet/wi-fi	4	Cozinha	3	Sala comum	3	Depósito bagagem	3
Localização	2	Quartos (individuais)	2	Internet/wi-fi	3	Cozinha	3	Entretenimento	3
Salas comuns	1	Acolhimento	2	Limpeza	3	Cacifos	3	Internet/wi-fi	2
Casa de banho privada	1	Staff	2	Zona/serviço refeições	2	Pequeno-almoço	2	Cozinha	2
Casa de banho partilhada	1	Cartão de crédito	2	Casa de banho privada	2	Depósito bagagem	2	Bar	2
Casa de banho	1	Casa de banho privada	1	Receção H24	2	Limpeza	2	Quartos privados	2
Quartos privados	1	Limpeza	1	Lavandaria	1	Casa de banho privada	1	Sala comum/Sala	2
Dormitórios separados	1	Lavandaria	1	Cacifos	1	Casa de banho geral	1	Eventos turísticos	1
Cozinha equipada	1	Receção H24	1	Sala comum	1	Lavandaria	1	Dormitórios separados	1
Informação turística	1	Localização	1	Cartão de crédito	1	Bar	1	Cartão de crédito	1
Staff	1	Cacifos	1	Pequeno-almoço	1	Confirmação de reserva	1	Lavandaria	1
Não responde	1	Sala comum	1	Conforto	1	Caráter	1	Segurança	1
		Não responde	1	Colchões	1	Não responde	1	Não responde	2
				Conforto	1				
				Não responde	1				
Total	27	Total	27	Total	27	Total	27	Total	27
Porto									
Cozinha equipada	4	Internet/wi-fi	6	Internet/wi-fi	3	Internet/wi-fi	3	Informação turística	2
Internet/wi-fi	3	Cozinha equipada	2	Cozinha	2	Informação turística	2	Internet/wi-fi	2
Salas comuns	3	Depósito bagagem	1	Receção H24	2	Cozinha	2	Receção H24	2
Receção H24	1	Receção H24	1	Informação turística/tours	1	Depósito bagagem	2	Sala convívio	2
Bar/Sala		Quartos (com WC)	1	Casa de banho privada	1	Pequeno-almoço	1	Cartão de crédito	2
Quartos privados (com WC)	1	Limpeza	1	Localização	1	Depósito valores	1	Pequeno-almoço	2
Informação turística	1	Localização	1	Terraço ar livre	1	Cartão de crédito	1	Sala de leitura	1
Cacifos	1	Cacifos	1	Cacifos	1	Eventos	1	Lavandaria	1
Bom atendimento	1	Espaço convívio	1	Lavandaria	1	Jardim	1	Não responde	2
Não responde	1	Não responde	1	Sala comum	1	Não responde	2		
				Preço	1				
				Não responde	1				
Total	16	Total	16	Total	16	Total	16	Total	16

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 11)

Ao nível da política comercial dos *hostels* e dos vários canais de comunicação e comercialização do produto, e mantendo a mesma estrutura de análise (para facilitar as necessárias comparações e raciocínio), verifica-se que a quase totalidade dos *hostels* possui *site* próprio (apenas dois *hostels* no Porto não possuíam *site* aquando do trabalho de campo, sendo que um deles já o disponibiliza atualmente) e integra *sites* de terceiros (em especial *OTAs*). Os resultados permitem igualmente constatar a forte importância que os *hostels* reconhecem nestes atributos que consideram altamente valorizados pelos clientes.

Nota-se que os meios tradicionais de comunicação e de comercialização vêm perdendo peso, como é o caso dos *call centers* próprios ou de terceiros (com expressão no mercado do Porto).

Tabela 47
Canais de distribuição e comunicação

Canais de distribuição	Cidade	Oferta de serviços		Grau de importância para o hóspede (%)					Nº de respostas
		Frequência	Valid percent (%)	1	2	3	4	5	nº
Site próprio	Lisboa	27	100			20	15	65	20
	Porto	14	87,5		6,7	13,3	53,3	26,7	15
Sites de terceiros	Lisboa	26	96,3	5	5	10	20	60	20
	Porto	15	93,8	7,7			7,7	84,6	13
Call Center/telefone próprio	Lisboa	20	74,1	5,9	23,5	29,4	23,6	17,6	17
	Porto	14	87,5		15,4	30,8	46,1	7,7	13
Call Center/telefone de terceiros	Lisboa	1	3,7	58,3	33,3	8,3			12
	Porto	1	6,7	28,6	71,4				7
Outros canais	Lisboa	14	53,8		14,3	14,3	28,5	42,9	20
	Porto	4	26,7			25	25	50	12

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 12)

Entre os outros canais destaca-se as redes sociais (7 menções, 4 das quais em Lisboa), as agências de viagens (2), *flyers* (1), *e-mail* (1), entre outras referências.

A quase totalidade dos *hostels* possui reservas *online*. Apenas um *hostel* em Lisboa (3,6%) e três no Porto (16,7%) indicaram não possuir reservas *online*. Do mesmo modo, a maioria dos inquiridos utiliza sistemas de terceiros (80% em Lisboa e 91,7% no Porto⁵⁹), com especial incidência para a utilização de vários sistemas. Em Lisboa, existe uma forte utilização do sistema da *Hostelworld* (35%).

Tabela 48
Sistema de reservas *online* utilizado

Sistema de reservas utilizado	Lisboa nº	Porto nº	Lisboa (%)	Porto (%)
Sistema próprio	5	1	20,0	8,3
Sistema de terceiros	20	11	80,0	91,7
- Vários	9	3	45	27,3
- Hotelink Solutions	1	3	5	27,3
- Hostelworld	7		35	
- HostelBooking	1	2	5	18,2
- Booking		2		18,2
- My Allocator	1		5	
- Backpack		1		9,1
- Não sabe	1		5	
Total	20	11	100	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 14)

⁵⁹ Embora, neste caso, com base em 11 respostas válidas (4 *hostels* não responderam) o que, caso se considerasse a totalidade da amostra da cidade, a utilização de sistemas de terceiros cairia para os 68,8%, valor ainda assim, significativo.

É, aliás, pela utilização de canais *online* que a maioria das reservas dos *hostels* é efetuada. Como se verifica, mais de dois terços das reservas são realizadas através da utilização de meios eletrónicos, com maior incidência no mercado do Porto, onde o valor médio atinge os 76,73% (66,46% em Lisboa), com máximos, nessa cidade, de 90% e um mínimo de 60%. Em Lisboa, maiores amplitudes (a variar entre um mínimo de 30% e um máximo de 95%), têm impactos diretos no desvio padrão (18,898).

Tabela 49

Reservas por canal de distribuição

Reservas	Cidade	Média ($\bar{x}$)	Mediana (Md)	Valor mínimo (Xmin)	Valor Máximo (Xmax)	Desvio Padrão (σ)	nº
Diretas	Lisboa	20,23	17,5	1	50	14,86	26
	Porto	12,57	10	2	25	7,461	15
Via central de reservas (<i>online</i>)	Lisboa	66,46	69,5	30	95	18,898	26
	Porto	76,73	79	60	90	10,025	15
Agências de viagens	Lisboa	2,23	0	0	20	4,493	26
	Porto	0,3	0	0	3	0,797	15
<i>Walk-ins</i>	Lisboa	10,54	10	2	20	5,894	26
	Porto	9,97	8	0	20	7,393	15
Outros	Lisboa	0,67	1	0	1	0,577	26
	Porto	0,43	0	0	4	1,178	15

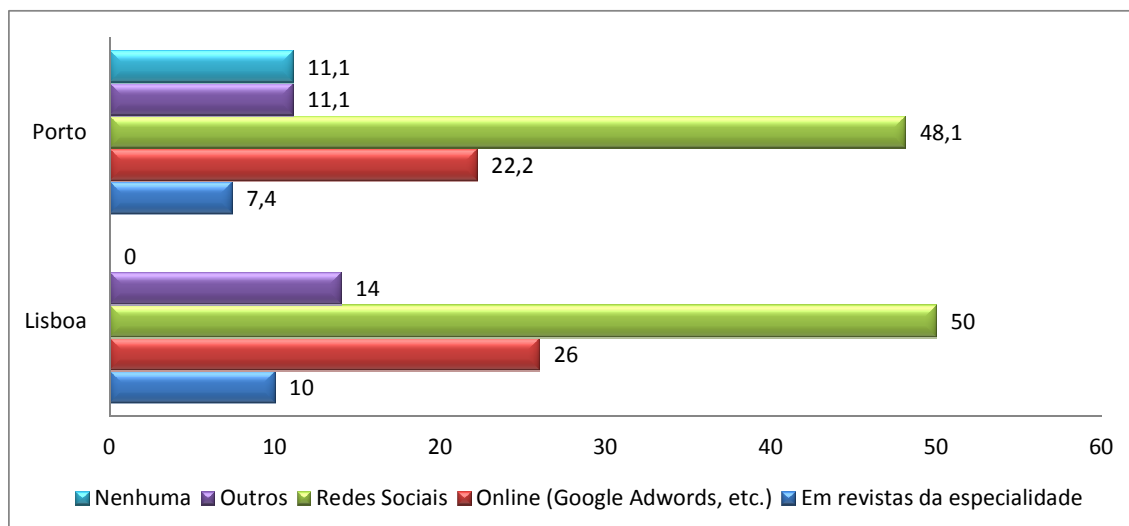
Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 15)

Não deixa de ser igualmente expressivo o volume de reservas efetuadas de forma direta, em Lisboa (atingindo mais de 20%, com valores máximos de 50%), sendo de aproximadamente metade na cidade do Porto (12,57% de reservas diretas, com um valor máximo de 25%). Os *walk-ins* são igualmente expressivos, com valores idênticos em ambas as cidades, atingindo 20% em alguns dos *hostels*.

Os meios de reserva tradicionais, através dos agentes de viagens ou outros meios, evidenciam um comportamento pouco significativo, como a própria mediana espelha.

A estabilidade das respostas da amostra tem impacto direto nas medidas apuradas, com um desvio padrão mais consentâneo com os resultados esperados.

A maioria dos *hostels* utiliza as redes sociais como meio de promoção da unidade, optando igualmente pela promoção *online*. No Porto, foram identificadas três unidades (de um leque de 11 respostas) que não utilizam qualquer ferramenta para promover as suas unidades.

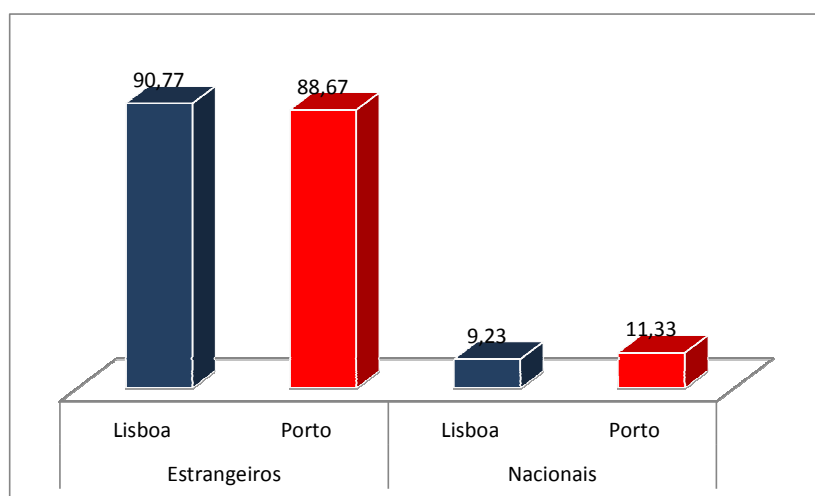


Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 16)

Fig. 52. Meios de promoção do *hostel* (%)

Das várias respostas obtidas para a utilização de “outros” meios (7 em Lisboa e 3 no Porto), a mais citada (3 respostas) foram os guias que mereceram duas citações em Lisboa e outra no Porto. Todas as restantes foram meios de promoção não repetidos.

Como se constata pela figura abaixo, a maioria dos turistas são estrangeiros (91% em Lisboa e 89% no Porto). A menor amplitude no Porto (entre valores mínimos para o mercado estrangeiro de 80% dos turistas e máximos de 95%, em contraste com Lisboa com 70 e 99% de valor mínimo e máximo, respetivamente), tem impacto direto no desvio padrão neste mercado. Os valores relativos a estas medidas de localização e dispersão encontram-se espelhados no Anexo 33.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 17)

Fig. 53. Procura no *hostel* por nacionalidade (%)

A maioria da procura é feita por motivos de lazer/turismo, com maior expressão no Porto (78,33%) que em Lisboa (73,64%), onde a capital apresenta igualmente apetência por razões de estudo (9,14%). Não deixa de ser importante constatar a presença de grupos, muitos deles de estudo (como foi possível verificar *in loco* – aquando do trabalho de campo – e através dos questionários, em especial na cidade de Lisboa).

Tabela 50

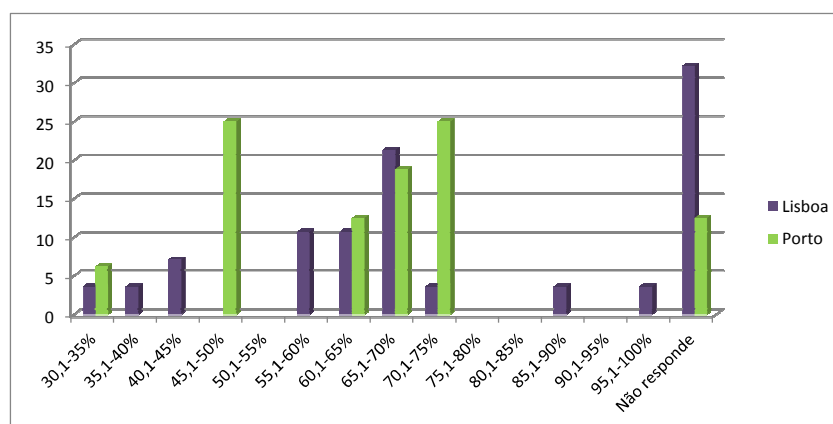
Market mix do hostel

<i>Market mix</i>	Cidade	Média ($\bar{x}$)	Mediana (Md)	Valor mínimo (Xmin)	Valor Máximo (Xmax)	Desvio Padrão (σ)	nº
Lazer/turismo	Lisboa	73,64	79	20	97	18,033	21
	Porto	78,33	80	30	95	16,478	15
Negócios	Lisboa	3,81	5	0	10	2,977	21
	Porto	2,33	2	0	7	2,44	15
Grupos	Lisboa	11,12	10	0	40	9,444	21
	Porto	10,87	10	0	30	8,576	15
<i>Long stays</i>	Lisboa	2,29	2	0	5	2,171	21
	Porto	2,8	1	0	20	5,074	15
Estudantes (<i>Erasmus</i> , etc.)	Lisboa	9,14	5	0	30	9,018	21
	Porto	6	5	0	20	5,695	15

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 19)

Como se pode constatar pelos valores mínimos verificados noutros segmentos de mercado, não restarão dúvidas que o produto *hostel* visa satisfazer necessidades do mercado turístico, com alguma importância no mercado estudantil (quase sempre nos períodos de início do ano letivo até encontrarem uma acomodação mais permanente).

As taxas de ocupação registadas pelos diferentes *hostels* integrantes da amostra evidenciam níveis de ocupação-cama bastante satisfatórios, embora, no caso de Lisboa a maioria dos participantes não tenha respondido (32,2%).



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 20)

Fig. 54. Taxa de ocupação-cama nos *hostels* (%)

Mesmo assim, a moda intervalar situa-se no intervalo entre os 65,1 e os 70%, com uma maior concentração dos níveis de ocupação entre os 55,1 e os 75%.

No caso dos *hostels* do Porto identificam-se dois grupos de ocupação entre *hostels* com níveis de ocupação entre os 45,1 e os 50% e, com idêntica taxa de ocupação, entre os 70,1 e os 75%.

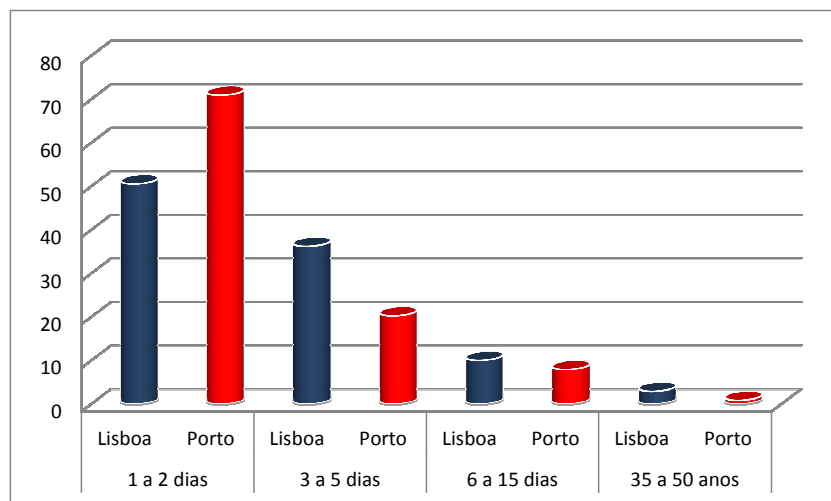
Quando questionados os *hostels* sobre a caracterização da idade média dos turistas nos seus *hostels*, verifica-se que a maioria se situa no intervalo entre os 15 e os 24 anos (59,77% do total em Lisboa, sendo de 56,57% no Porto). Se a esse intervalo juntarmos a idade média entre os 25 e 34 anos, verificamos que cerca de 80% dos turistas, de acordo com os *hostels*, têm idades entre os 15 e os 34 anos (81,3% em Lisboa e 77,7% no Porto).

No Anexo 34 encontra-se espelhada a análise de outras medidas de localização e dispersão. Mais uma vez, como já anteriormente mencionado, enormes amplitudes máximas condicionam a análise e têm reflexos nos valores apurados para o desvio padrão. Olhando para os valores máximos apurados, existem *hostels* que, individualmente, têm 90% dos seus clientes nas faixas etárias entre os 15 e os 24 anos (Lisboa). No Porto esse valor, neste intervalo, atinge os 80%.

De modo a se aferir a perceção sobre a bagagem utilizada por estes turistas, na sua relação entre turismo jovem e *backpacking*, constatou-se, mais uma vez do lado da oferta, que a maioria viajará com mochilas, embora com maior relevância no mercado do Porto (63,93%) que em Lisboa (50,76%). No entanto, os valores mínimos e máximos apurados em Lisboa mostram-se extremos, com *hostels* sem qualquer turista *backpacker* e outros com a totalidade de turismo de mochila (entre 5 e 90% no Porto). A mediana encontra-se nos 50% em Lisboa (70% no Porto).

Olhando-se para a estada média dos turistas (Figura 55), verifica-se que a grande maioria dos turistas fica até 5 dias (91,2% no Porto e 86,8% em Lisboa), sendo que, no Porto, 70,9% tem uma estada média entre 1 e 2 dias. Os dados permitem ainda verificar que são residuais as *long stays*, com duração superior a 15 dias (embora em Lisboa, valores máximos apontem para os 20%).

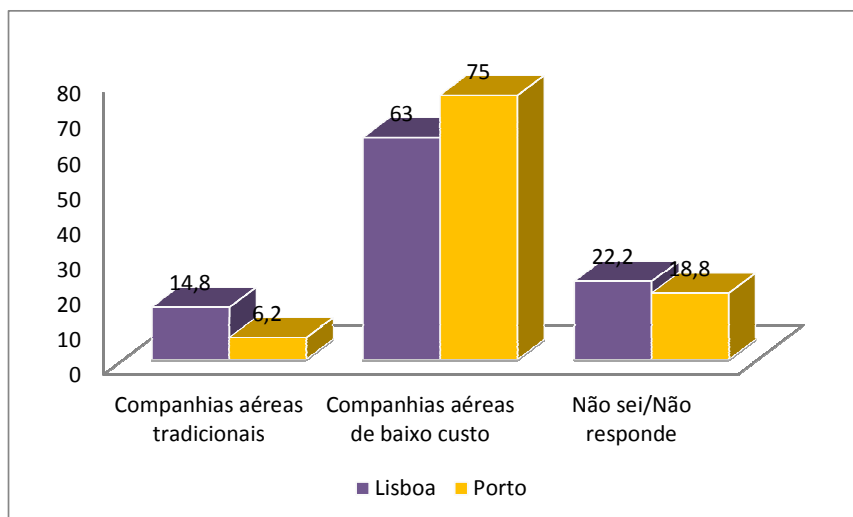
No Anexo 35 poderão ser avaliados os restantes indicadores de localização e dispersão.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 23)

Fig. 55. Estada média dos turistas nos *hostels* (%)

Foram as companhias aéreas de baixo custo o principal meio de transporte utilizado pelos clientes dos *hostels*. Em Lisboa, verifica-se que 63% dos inquiridos indicaram ser esta a via mais utilizada pelos turistas, enquanto no Porto esse número é ainda mais expressivo (75%), ou seja, apenas um dos inquiridos, das 13 respostas obtidas, indicou que as companhias aéreas tradicionais foram o meio de transporte mais utilizado. Mesmo assim, seis dos inquiridos em Lisboa (22,2%) não sabem ou não responderam, valor esse que desce para os 18,8% (3 respostas) na cidade do Porto.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 24)

Fig. 56. Meio de transporte utilizado pelos hóspedes (%)

O impacto das companhias aéreas de baixo custo nos *hostels* está em consonância com os resultados apurados na questão anterior, ou seja, o principal meio de transporte

utilizado pelos turistas no acesso à cidade é a companhia aérea *low cost* e é este igualmente o meio de transporte gerador da maioria dos clientes para os *hostels*, com maior expressão no Porto (tal como já apurado em Abrantes, 2013).

Como se verifica pelos resultados apurados, 77% dos clientes nos *hostels* do Porto têm origem nas *low cost carriers*, sendo que, em Lisboa, esse valor ronda os dois terços (66,88%). Em ambas as cidades o valor máximo atinge os 90%, embora, mais uma vez, as amplitudes totais sejam elevadas, em especial, na cidade de Lisboa, já que no Porto o valor mínimo se situa nos 40%.

Tabela 51

Hóspedes vindos através das companhias aéreas de baixo custo

<i>Low cost carriers</i>	Cidade	Média ($\bar{x}$)	Mediana (Md)	Valor mínimo (Xmin)	Valor Máximo (Xmax)	Desvio Padrão (σ)	nº
Hóspedes vindos através das companhias aéreas de baixo custo	Lisboa	66,88	70	10	90	17,804	24
	Porto	77	80	40	90	12,928	15

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 25)

Olhando-se para o contributo dado pelas companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo nas cidades, pode-se concluir, pelas respostas dos *hostels*, que os maiores contributos estiveram no aumento do turismo para as cidades, devido à capacidade que estas empresas tiveram de gerar preços mais atrativos nas viagens.

Tabela 52

Contributo das companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo nas cidades de Lisboa e Porto

Contributos para o desenvolvimento do turismo	Lisboa		Porto	
	nº	%	nº	%
Positivo, significativo, fundamental	7	25,9	7	38,9
Mais turistas, mais tráfego	7	25,9	4	22,2
Económico (preços mais baixos, acessibilidade orçamental)	5	18,5	2	11,1
Sem <i>LCCs</i> <i>hostels</i> não existiam			2	11,1
Mais jovens, <i>backpackers</i> (<i>price sensitive</i>)	3	11,1		
Substituto ao comboio	1	3,7		
Mais <i>low costs</i> e impacto <i>easyJet</i>	3	11,1		
Não responde	1	3,7	3	16,7
Total	27	100	18	100

Nota: Possível alocação de resposta a mais de um contributo

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 26)

De acordo com as respostas obtidas sobre a relação do aparecimento dos *hostels* e da sua relação com as *low cost carriers*, denota-se uma relação entre estas duas realidades

(pergunta 27). Se em Lisboa 66,7% dos inquiridos (18 respostas) valida esta questão, esse número é ainda mais evidente na cidade do Porto (93,8%), com apenas um *hostel* a não concordar com esta relação.

Entre os principais fatores que contribuíram positivamente para o aparecimento dos *hostels*, verifica-se que a relação direta entre modelos de negócio *low cost* e os aspetos relativos ao fator económico, assim como, à oportunidade de exploração de um modelo de alojamento não existente em Portugal, mas com provas dadas noutros mercados, são dos motivos mais citados.

Tabela 53

Fatores que contribuíram para o aparecimento dos *hostels*

Fatores para aparecimento dos <i>hostels</i>	Lisboa		Porto	
	nº	%	nº	%
Fatores com impacto das <i>low cost carriers</i>				
Alojamento <i>low cost</i> (mesmo tipo de clientes que das <i>LCCs</i>)	7	36,8	2	13,3
Preço/orçamentos reduzidos/crise	5	26,3	2	13,3
Não havia este tipo de alojamento/existente noutros mercados			4	26,7
Reabilitação urbana			1	6,7
Facilidade na viagem	1	5,3		
Mudanças na preferência do consumidor	1	5,3		
Oferta diversificada			1	6,7
Ajustado às necessidades mercado backpackers			1	6,7
Facilidade de legalização			1	6,7
Não respondeu	5	26,3	3	20,0
Total	19	100	15	100
Fatores sem impacto das <i>low cost carriers</i>				
Nicho de mercado/moda/novas exigências do mercado	4	40		
Divulgação pela imprensa	2	20		
Ganharam reconhecimento próprio	1	10		
<i>Interail</i> já divulgava	1	10		
<i>LCCs</i> em Lisboa são residuais	1	10		
Já existiam antes das <i>LCCs</i>	1	10		
Criação do próprio negócio (fruto da crise de emprego)			1	100
Total	10	100	1	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 28)

Entre os fatores que terão estado no aparecimento dos *hostels*, não influenciados pelo aparecimento das companhias aéreas de baixo custo, estão a evolução do próprio mercado, o fenómeno de moda, a divulgação feita pela própria imprensa gerando curiosidade no negócio e os fatores de empreendedorismo na criação do próprio negócio.

Quando questionados sobre se os turistas continuariam a visitar a cidade, caso não existissem companhias aéreas de baixo custo, verificam-se comportamentos diferentes

em ambas as cidades. Se em Lisboa o sentimento é dividido, com 51,9% dos inquiridos a considerar que os turistas continuariam a visitá-la (e consequentemente 48,1% a considerar que não), na cidade do Porto os resultados apurados mostram que a quase totalidade dos proprietários dos *hostels* (14 respostas, ou seja, 87,5% dos inquiridos) considera que os turistas não visitariam a cidade, o que reforça o sentimento da importância destas companhias aéreas para o mercado do Porto e Norte de Portugal.

Quando questionados os *hostels* sobre a criação de uma base operacional da *Ryanair* em Lisboa⁶⁰, verificam-se sentimentos contrários no mercado da capital e no Norte de Portugal. Se em Lisboa o entusiasmo era evidente (quase 75% consideram que o contributo seria positivo com aumento do número de turistas e de vendas), no Porto os receios eram enormes com expectativa quanto à transferência de tráfego, perda de influência da base operacional no Porto e a possível perda de voos em detrimento de Lisboa. Metade dos inquiridos considerava que haveria redução de turismo na cidade.

Tabela 54

Criação de uma base operacional da *Ryanair* em Lisboa

Base operacional da <i>Ryanair</i> em Lisboa	Lisboa		Porto	
	nº	%	nº	%
Aumento do turismo	13	46,4	1	6,3
Contributo positivo	6	21,4		
Aumento das vendas	2	7,1		
Aumento da promoção	1	3,6		
Diversificação das origens de tráfego	1	3,6		
Mais variedade de transporte	1	3,6		
Impacto positivo sobre a sazonalidade	1	3,6		
Sem grande contributo	1	3,6	3	18,8
Contributo nulo (já hoje visitam Lisboa)	1	3,6		
Redução do turismo para a cidade			8	50,0
Positivo para ambas as cidades			1	6,3
Não sabe			2	12,5
Não responde	1	3,6	1	6,3
Total	28	100	16	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 30)

⁶⁰ De relembrar que, aquando da elaboração do questionário e do trabalho de campo, a possibilidade da *Ryanair* criar uma base operacional em Lisboa, era apenas uma hipótese falada na imprensa especializada.

A preocupação é crescente ao nível dos *hostels* do Porto, com receio de muitos dos proprietários que a redução de turistas seja significativa e que muitos deles venham a encerrar. Apenas um dos *hostels* advoga que, pelo facto da *Ryanair* operar em Lisboa, vai ter impacto positivo direto, em ambas as cidades, já que muitos dos clientes entrarão por um destino e sairão pelo outro. Em Lisboa, pelo contrário, o efeito seria extremamente positivo com aumento de turistas, melhoria da ocupação e redução dos efeitos sazonais.

Tabela 55

Criação de uma base operacional da *Ryanair* em Lisboa – impacto nos *hostels*

Base operacional da <i>Ryanair</i> em Lisboa - impacto <i>hostels</i>	Lisboa		Porto	
	nº	%	nº	%
Aumento dos clientes/ocupação	12	38,7		
Aumento do turismo/dormidas	6	19,4		
Contributo positivo	5	16,1	1	6,3
Redução da sazonalidade	3	9,7		
Aumento de novos negócios	1	3,2		
Aumento viagens (<i>budget</i>)	1	3,2		
Mais <i>backpackers</i>	1	3,2		
Desregulação completa do setor	1	3,2		
Redução significativa			5	31,3
<i>Hostels</i> vão fechar			3	18,8
Pequeno ajustamento			2	12,5
Mais visitantes (ambas as cidades)			1	6,3
Não sabe			1	6,3
Não responde	1	3,2	3	18,8
Total	31	100	16	100

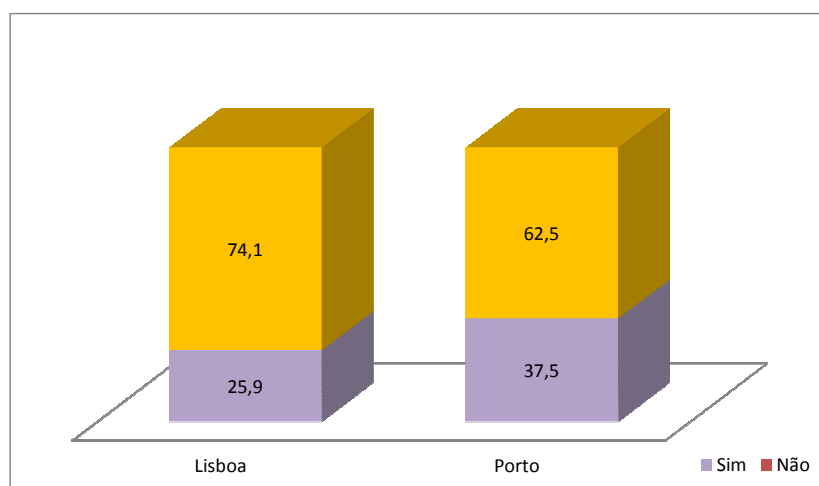
Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 31)

Esta euforia encontra eco na entrevista efetuada à *Ryanair*, pois considera que Lisboa carece de tarifas baixas com a Europa e que, com a chegada da *Ryanair*, Lisboa poderia chegar a 30/40 destinos diretos na Europa e Norte de África. Como refere, cada vez mais passageiros procuram uma associação entre os voos *low cost* e os *hostels*.

Quanto ao Porto, a cidade carecia de problemas de conectividade, o que a tornava cara e pouco competitiva, sendo que hoje, o Porto compete com grandes cidades europeias, graças às tarifas baixas desta companhia. Em 2015, a *Ryanair* estima transportar 2,3 milhões de passageiros neste aeroporto.

Também ao nível do impacto das companhias aéreas de baixo custo e do seu papel na diminuição de voos das companhias aéreas tradicionais mostra comportamentos diferentes entre os mercados de Lisboa e Porto, embora menos abruptos que em outras questões, com muitas das respostas a refugiarem-se no desconhecimento (33,3% em Lisboa e 37,5% no Porto). Mesmo assim, se em Lisboa a maioria das respostas considera que o aparecimento das companhias aéreas de baixo custo não teve impacto na potencial redução de voos das companhias tradicionais (dez respostas contra oito respostas que consideram tal impacto direto), no Porto o efeito é equilibrado, com cinco respostas a considerarem efeitos diretos na diminuição de voos e cinco respostas onde tal situação não se verificou.

A maioria dos *hostels* não se considera uma ameaça aos estabelecimentos hoteleiros, sendo esse facto mais evidente na cidade de Lisboa. No Porto, quase 40% acha que essa concorrência é uma realidade.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 33)

Fig. 57. Ameaça dos *hostels* aos estabelecimentos hoteleiros (%)

As principais razões, como se pode constatar na tabela seguinte, deriva de os *hostels* considerarem que os serviços oferecidos, os *targets* e nichos de mercado serem diferentes, tal como os produtos oferecidos são distintos daqueles disponibilizados pelos estabelecimentos hoteleiros.

Tabela 56

Fatores negativos de ameaça para os estabelecimentos hoteleiros

<i>Hostels</i> como ameaça aos estabelecimentos hoteleiros	Lisboa		Porto	
	Não	nº %	nº %	
Serviços/segmentos/ <i>targets</i> /nichos diferenciados		13 61,9	8 80	
Outro tipo de experiências/satisfação		2 9,5		
Produtos/preços diferenciados		2 9,5		
Entre alojamento local (pensões)		2 9,5		
Mercado em mudança		1 4,8		
Alternativa com qualidade		1 4,8		
Complementares				
Ameaça para hotéis 2/3 estrelas			1 10	
Não responde			1 10	
Total		21 100	10 100	

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 34)

Os fatores positivos como ameaça aos estabelecimentos hoteleiros poderão ser visualizados no Anexo 36, sendo que as principais respostas incidem no preço, condições oferecidas, experiências/informalidade e qualidade, podendo ter impacto na hotelaria menos classificada (embora, para os *hostels*, essa concorrência se possa fazer com hotéis de 3 e 4 estrelas).

Do mesmo modo, quando questionados sobre a adequabilidade da legislação existente sobre o alojamento local (onde os *hostels* se enquadravam e continuam a enquadrar), verifica-se que os *hostels* de Lisboa se sentem confortáveis com a legislação existente (55,6%), sendo que, no Porto, pelo contrário (56,3%) considera que a mesma não satisfaz as necessidades do mercado.

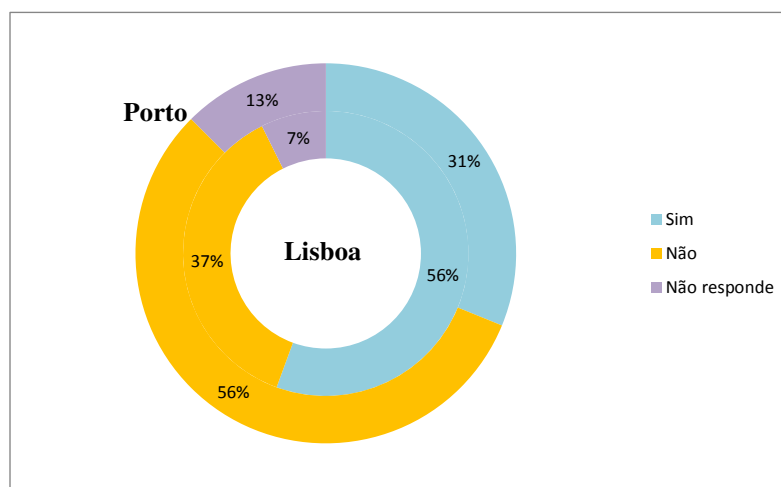
Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 35)

Fig. 58. Adequabilidade da legislação do alojamento local (%)

Entre os fatores negativos apontados, não deixa de ser importante salientar a importância da fiscalização e da regulamentação solicitada pelos próprios *hostels*, assim como, a individualização da natureza *hostel* e uma legislação de âmbito nacional e não municipal. Muitas das preocupações tecidas pelos *hostels* acabaram por ser consideradas no novo quadro legislativo do AL.

Tabela 57

Fatores a ter em atenção na legislação do alojamento local

Legislação do alojamento local (razões)	Lisboa		Porto	
	nº	%	nº	%
Fiscalização/regulamentação eficiente	3	21,4	6	46,2
Individualizar categoria <i>hostel</i> dentro do AL	3	21,4	1	7,7
Legislação nacional (e não municipal)	2	14,3	2	15,4
Redutor avaliar apenas pela legislação	2	14,3		
Terminar limitações contratos arrendamento comercial	1	7,1		
Segurança e higiene	1	7,1		
Ajustar a realidade do mercado	1	7,1		
Zona de escritório fora da receção	1	7,1		
Legislação facilitadora			1	7,7
Combate a camas paralelas			1	7,7
Fechar muitas unidades não regulamentadas			1	7,7
Não responde			1	7,7
Total	14	100	13	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos *hostels* em Lisboa e Porto (pergunta 36)

Quando questionados os *hostels* sobre o que aconteceria para o turismo, hotelaria e *hostels* da respetiva cidade se as companhias aéreas de baixo custo deixassem de operar, os resultados mostram um cenário bastante pessimista, com impactos ao nível da redução de procura, dormidas, vendas, ocupação e fecho de unidades e falências. Um dos *hostels* quantificou esse efeito considerando que, no caso do turismo e hotelaria, a quebra situar-se-ia entre os 40 a 50% subindo para os 60-70% no caso dos *hostels*.

Os Anexos 37 (turismo e hotelaria) e 38 (*hostels*) espelham esses resultados.

A informação tratada neste ponto, pela sua extensão e diversidade, ajudará a melhor perceber a realidade dos *hostels*, do lado da oferta, esperando-se que contribua, inclusive, para melhores decisões para quem futuramente queira investir neste tipo de negócio. Por razões óbvias, evitaram-se, como já mencionado, questões de natureza económico-financeira, cuja inclusão traria uma menor taxa de adesão de participantes, podendo condicionar o número de respostas e as suas conclusões.

8.2.2. Questionário junto da procura nos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto

A Tabela 11 resume o número de questionários recebidos e validados dos turistas nos *hostels*, por cidade. Como mencionado, até pela dimensão dos mercados, foi possível obter um maior número de respostas de turistas na cidade de Lisboa.

A tabela abaixo apresenta a caracterização da amostra ao nível da idade, profissão, educação e rendimentos, sendo que, a maioria dos turistas na cidade de Lisboa são do sexo masculino (51,7%), ao contrário do Porto onde liderou o sexo feminino com 54,6%.

Tabela 58
Caracterização da amostra

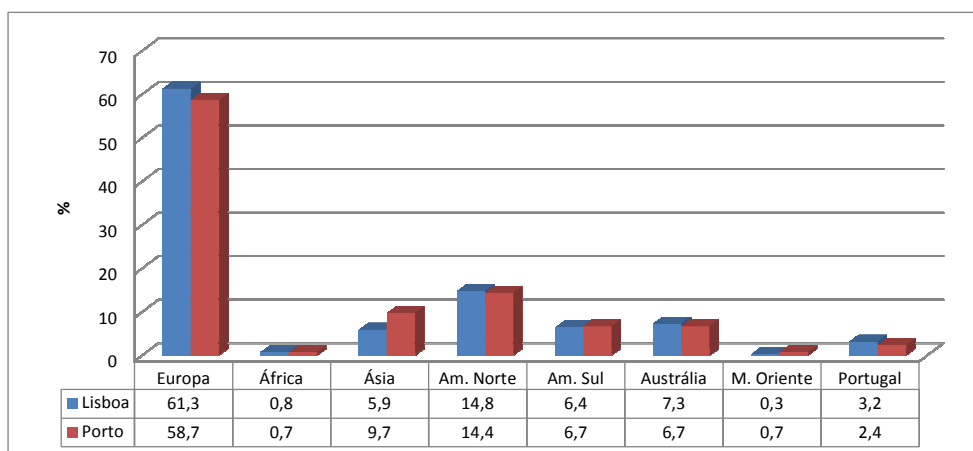
Caracterização da amostra	Lisboa (frequência)	Porto (frequência)	Lisboa <i>Valid Percent</i> (%)	Porto <i>Valid Percent</i> (%)
Idade				
<15 anos	4	2	1,1	0,7
15-24 anos	157	123	42,9	41,6
25-34 anos	174	132	47,5	44,6
35-50 anos	28	24	7,7	8,1
51-64 anos	2	11	0,5	3,7
>65 anos	1	4	0,3	1,4
Profissão				
Estudante	155	133	42,6	45,1
Trabalhador por conta de outrem	113	82	31,0	27,8
Empregado por conta própria	60	41	16,5	13,9
Desempregado	33	35	9,1	11,9
Trabalhador CO /Empregado CP	1		0,3	
Estudante / Trabalhador CO	1	3	0,3	1,0
Estudante / Empregado CP	1	1	0,3	0,3
Educação				
Ensino primário	11	11	3,0	3,8
Ensino secundário	58	44	15,9	15,1
Universidade	247	192	67,9	66,0
Mestrado/Doutoramento	48	44	13,2	15,1
Rendimentos anuais				
<25.000€	157	96	42,4	32,2
25.001-40.000€	48	38	13,0	12,8
40.001-60.000€	24	30	6,5	10,1
>60.000€	11	8	3,0	2,7
Sem rendimentos	58	68	15,7	22,8
Não Responde	72	58	19,5	19,5

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 25)

As suas principais conclusões mostram que:

- ✓ as idades mais representativas em Lisboa e no Porto situaram-se no intervalo entre os 15 e os 34 anos que corresponderam a 90,4% dos turistas em Lisboa e 86,2% no Porto;
- ✓ os estudantes são os mais expressivos (42,6% em Lisboa e 45,1% no Porto), seguidos dos trabalhadores por conta de outrém (31% em Lisboa, sendo de 27,8% no Porto). O número de desempregados foi mais notório no mercado do Porto (11,9%, tendo sido de 9,1% em Lisboa);
- ✓ a educação universitária domina em ambas as cidades (67,9% em Lisboa e 66% no Porto);
- ✓ a maioria dos rendimentos anuais situa-se no escalão mais baixo (até 25 mil euros), com maior impacto na cidade de Lisboa (42,4%, tendo sido de 32,2% no Porto). Quase 20%, em ambas as cidades, não responderam (19,5%). No mercado do Porto, 22,8% dos inquiridos não tem rendimentos, valor que cai para os 15,7% na cidade de Lisboa.

Olhando-se, em termos percentuais, para as diferentes nacionalidades dos turistas por região (incluindo Portugal), verifica-se que existe algum equilíbrio na sua distribuição. A uma maior preferência dos europeus pela capital (61,3% em Lisboa e 58,7% no Porto), denota-se que o Porto tem maior procura pelo mercado asiático (9,7% no Porto, sendo de 5,9% em Lisboa). Mercados de África e Médio Oriente são residuais. O mercado nacional, mesmo tratando-se de uma tipologia de alojamento menos (re)conhecida, começa a despontar quer em Lisboa (3,2%) quer no Porto (2,4%).



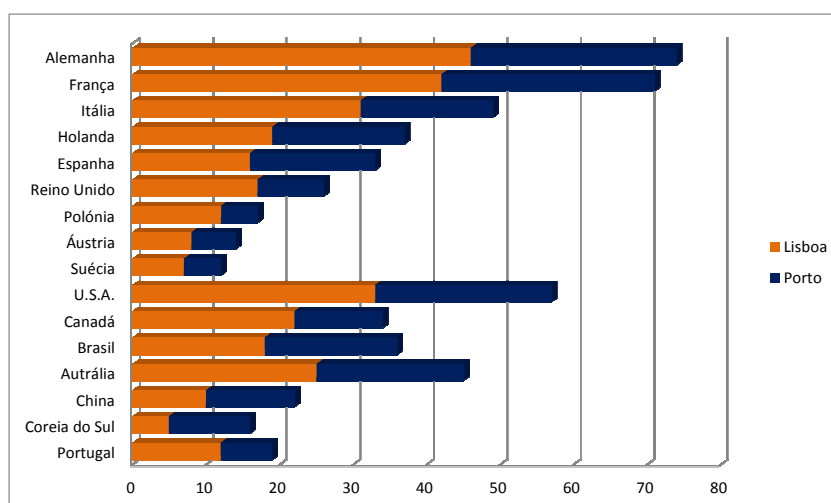
Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 1)

Fig. 59. Nacionalidades dos turistas por região (%)

Olhando-se para as nacionalidades mais representativas por cidade, verifica-se que são os turistas alemães, seguidos de perto dos franceses aqueles que mais contribuíram para a investigação e que maior peso tiveram nos *hostels* participantes da amostra.

Não deixa de ser relevante a presença dos turistas americanos (terceiro mercado mais importante). Como apurado por Saraiva (2013), embora o mercado europeu fosse o mais significativo, em termos globais, era o mercado americano aquele que tinha maior peso na investigação levada a cabo sobre os *hostels* independentes na cidade de Lisboa. Também Volante (2011) tinha concluído, na sua dissertação, que o mercado americano era o mais expressivo, seguido dos australianos e brasileiros.

É igualmente importante verificar que o mercado chinês e coreano integram o *top 15* dos clientes dos *hostels* em Lisboa e no Porto, ficando à frente de alguns dos mercados europeus tradicionais para Portugal.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 1)

Fig. 60. Principais nacionalidades

Quando olhamos para a nacionalidade *versus* o país de residência, verifica-se que, mesmo assim, mais de 13% dos inquiridos em Lisboa moram fora do país de residência, a sua grande maioria na Europa (situação relevante para a utilização de companhias aéreas de baixo custo, dadas as menores distâncias a percorrer).

O meio de transporte mais utilizado são as companhias aéreas de baixo custo, situação que é mais evidente na cidade do Porto. Também Saraiva (2013), para a cidade de Lisboa, concluiu pela maior utilização das companhias aéreas de baixo custo (42%), com o transporte aéreo a representar 59% das deslocações dos turistas (p. 110).

O *hub* da TAP em Lisboa e a maior rede de exploração do aeroporto de Lisboa, onde incide um maior número de companhias tradicionais, como resulta dos próprios dados da ANA, mostram uma maior aproximação entre as companhias aéreas de baixo custo (42,4%) e as companhias aéreas tradicionais (35,6%), como espelhado abaixo na Tabela 59. Esta situação evidencia que os utilizadores dos *hostels* se revêm muito mais num modelo de negócio de baixo custo, quer na componente de alojamento como quanto ao meio de transporte utilizado.

No Porto, as companhias aéreas de baixo custo representaram 52,2% das viagens dos inquiridos, com 27,5% dos turistas a preferirem as companhias aéreas tradicionais nas suas deslocações a esta cidade (os seus resultados estão expressos no Anexo 39).

Tabela 59

Meio de transporte utilizado pelos turistas (Lisboa)

Meio de transporte (Lisboa)	Frequência	Percent. (%)	Valid Percent (%)	Cumulative Percent
Companhia aérea tradicional (<i>FSC</i>)	131	35,2	35,6	35,6
Comboio	23	6,2	6,3	41,8
Aluguer de viatura	3	,8	,8	42,7
Motorizadas/Bicicletas	4	1,1	1,1	43,8
Autocarro	22	5,9	6,0	49,7
Companhia Aérea de baixo custo (<i>LCC</i>)	156	41,9	42,4	92,1
Carro particular	12	3,2	3,3	95,4
Boleia	3	,8	,8	96,2
Outro	1	,3	,3	96,5
<i>FSC e LCC</i>	13	3,5	3,5	100,0
Total	368	98,9	100,0	
Sem resposta (<i>Missing System</i>)	4	1,1		
Total	372	100,0		

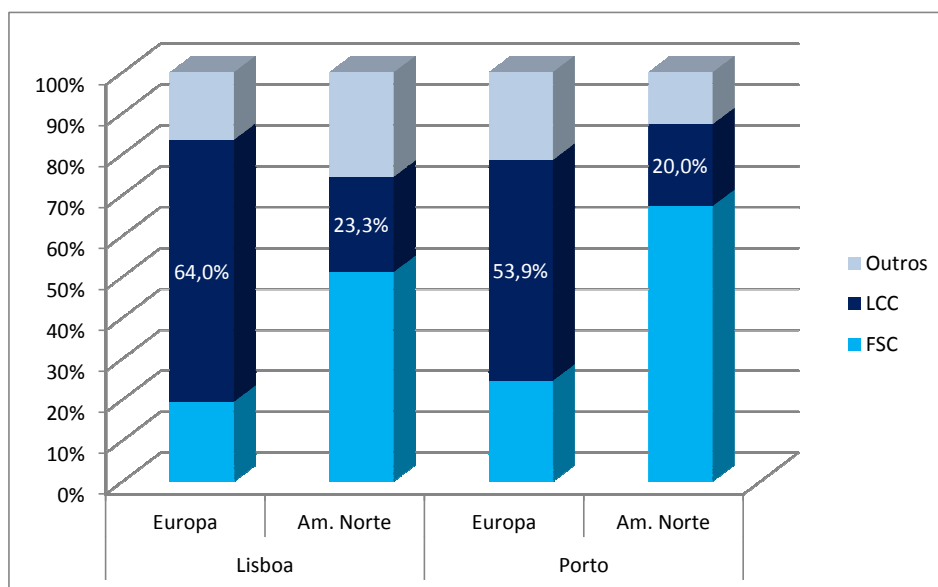
Fonte: Adaptado do SPSS a partir dos questionários dos turistas em Lisboa (pergunta 3)

Mesmo não tendo sido inicialmente considerado no inquérito, muitos dos turistas de nacionalidade e residência mais distante optaram por indicar a utilização de companhias aéreas tradicional (*FSCs*) e de companhias aéreas de baixo custo (*LCCs*). Quer em Lisboa ou no Porto não existiu nenhum turista a utilizar a via marítima (cruzeiro ou barco).

Numa comparação quanto à utilização do principal meio de transporte na Europa e na América do Norte (Figura 61), ou seja, entre voos *short haul* e voos *long haul* (ou, em alternativa, onde existe predominância de voos de *low cost carriers* e voos de companhias aéreas tradicionais), constata-se que o principal meio de transporte na

Europa foi as companhias aéreas de baixo custo. No caso da América do Norte (tal como nos restantes destinos de longa distância) predomina as “*full service carriers*”.

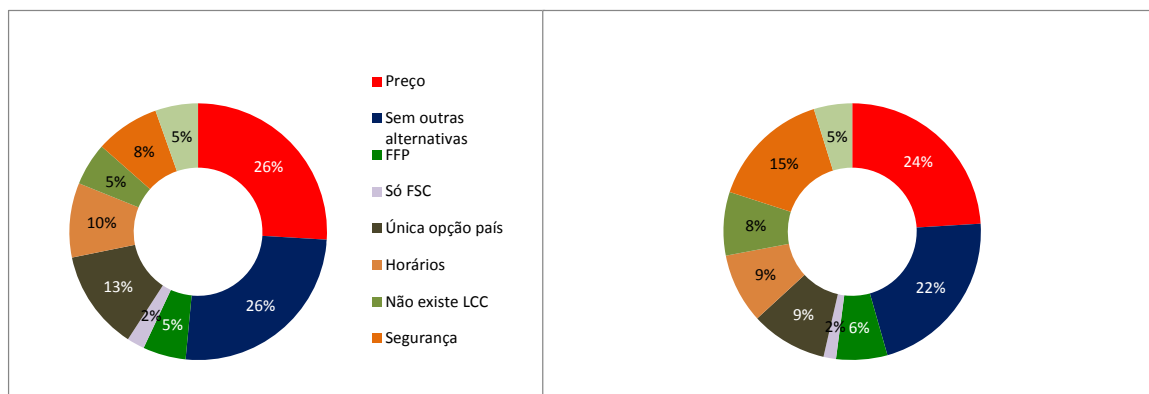
Nota-se, mesmo assim, que em mercados de longa distância existe a utilização de companhias aéreas de baixo custo. Esta situação deriva de muitos dos clientes poderem residir na Europa (a título de exemplo, os portugueses utilizadores de companhias aéreas de baixo custo residem na Suíça e Reino Unido), de não diferenciarem a companhia aérea como *low cost* ou não *low cost* (como se verá adiante na classificação da companhia aérea *low cost* utilizada) ou, como referido pelo Diretor para Portugal da *easyJet*, com muitos dos clientes de mercados de longo curso a viajarem até à Europa em companhias aéreas tradicionais e depois a comprarem bilhetes nas *low cost carriers*.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 3)

Fig. 61. Meio de transporte por região (Europa e América do Norte)

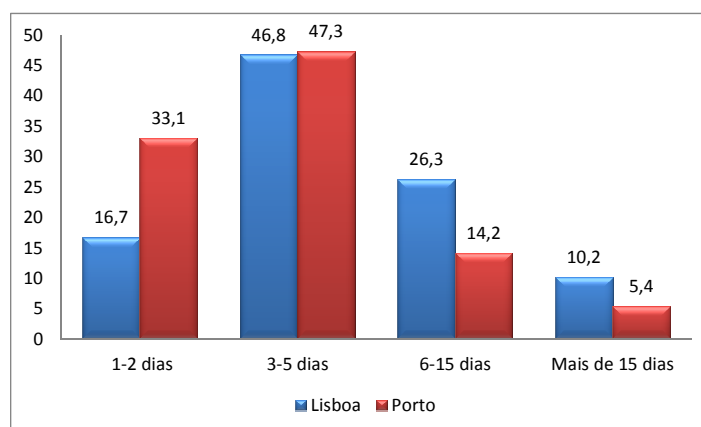
Quando questionados sobre os motivos que os levaram a optar pela utilização das companhias aéreas tradicionais, verifica-se que as principais razões foram o preço e a falta de outras alternativas. Apenas dois por cento dos inquiridos, para ambas as cidades, utiliza unicamente companhias aéreas tradicionais. Questões de segurança apresentam maior sensibilidade nos turistas que visitam o Porto (15%), sendo que, em Lisboa a utilização das *FSC*, como a única alternativa viável do país de residência, terá tido maior peso (13%).



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 4)

Fig. 62. Razões para a utilização das companhias aéreas tradicionais (FSC)

As questões relativas à permanência na cidade apresentam comportamentos diferentes em ambas as cidades, embora se privilegie as estadas mais curtas. Se é certo que nas durações entre 3 a 5 dias existe um equilíbrio na estada (que representam quase 50% dos inquiridos em ambas as cidades), é evidente que a permanência na capital é mais longa, com maior duração no intervalo entre 6 a 15 dias (26,3%). No Porto, quase um terço dos inquiridos opta por estadas curtas entre 1 a 2 dias (33,1%).



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 5)

Fig. 63. Permanência na cidade (%)

Também é certo e evidente, pelos dados apurados, que a maioria dos visitantes pretende visitar não só a cidade, mas também outros locais de Portugal, onde permanecerá igualmente (37,2% e 35,9% dos inquiridos em Lisboa e Porto, respetivamente). Não deixa de ser igualmente interessante verificar que, no Porto, 26,8% dos inquiridos coloca a cidade como parte integrante da sua viagem internacional, incluindo outros países (16,8% em Lisboa). Esta situação pode ser explicada, em parte, pela localização da cidade do Porto, como ponto de partida para os Caminhos de Santiago, como foi

possível apurar ao longo das conversas mantidas junto dos *hostels* e de alguns turistas neles alojados e expresso por alguns dos inquiridos nos fatores para a escolha da cidade.

É importante salientar o número de turistas que visita as cidades pela primeira vez. Como se constata na tabela abaixo, a grande maioria não conhecia a cidade do Porto (84,2%) ou de Lisboa (78,8%). Se a estes valores retirarmos os turistas nacionais (três dos sete turistas portugueses não conheciam o Porto), os valores subirão para 85,3% e 81,5% no Porto e Lisboa, respetivamente (neste último caso, em linha com o valor apurado por Saraiva, 2013 – 81%).

Tabela 60
Primeira visita à cidade

Primeira visita à cidade (%)	Lisboa	Porto
Sim	78,8	84,2
Não	21,2	15,8

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 6)

Por razões de proximidade, são os europeus aqueles que já conheciam as cidades (22,5% dos turistas da Europa já conheciam Lisboa, sendo que apenas 19,8% conhecia o Porto). Turistas da Ásia são os que menos conhecem Lisboa (95,2% é a primeira vez que a visita) ou Porto (96,3%). O número reduzido de respostas de África ou do Médio Oriente não permite tirar ilações quanto ao comportamento dos turistas desses mercados na visita às cidades.

Olhando-se para as principais nacionalidades identificadas na Tabela 61 da página seguinte, verifica-se que existem alguns mercados que visitam o Porto pela primeira vez. Só os turistas da Coreia do Sul visitam Portugal pela primeira vez.

Mercados mais distantes têm tendência a visitar as cidades pela primeira vez embora, no caso da França e para a cidade de Lisboa, os turistas franceses sejam maioritariamente estreantes na capital.

Olhando para os valores mínimos de estreia nas cidades, constata-se, mesmo assim, que estes são elevados, ou seja, são maioritariamente mercados que visitam pela primeira vez Lisboa e o Porto. No caso de Lisboa, o mercado que mais visitou a capital foi o polaco (onde 36,4% já conhecia a cidade), sendo que, no Porto, são os alemães aqueles que já melhor conheciam a cidade (35,7% dos turistas alemães que responderam ao inquérito já tinham visitado anteriormente o Porto).

Tabela 61

Primeira visita à cidade (por nacionalidade)

Primeira visita à cidade (%)	Lisboa		Porto	
	Sim	Não	Sim	Não
Alemanha	76,1	23,9	64,3	35,7
França	92,9	7,1	78,6	21,4
Itália	86,7	13,3	83,3	16,7
Holanda	73,7	26,3	88,9	11,1
Espanha	73,3	26,7	64,7	35,3
Reino Unido	70,6	29,4	100	
Polónia	63,6	36,4	100	
Áustria	85,7	14,3	100	
Suécia	66,7	33,3	100	
U.S.A.	87,9	12,1	95,7	4,3
Canadá	76,2	23,8	91,7	8,3
Brasil	83,3	16,7	82,4	17,6
Austrália	92	8	90	10
China	90	10	91,7	8,3
Coreia do Sul	100		100	

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 6)

Existe convergência na identificação dos principais fatores que estiveram na origem da escolha de Lisboa ou Porto (com base em resposta múltipla). Essa escolha incidu na recomendação de amigos, nas atrações culturais e no tempo. Uma análise mais aprofundada mostra que, em Lisboa, quase 50% dos inquiridos mencionou os dois primeiros fatores nas suas respostas. No Porto, existiu um empate entre estes fatores que foram, mesmo assim, mencionados por cerca de 40% dos inquiridos (39,6%).

Tabela 62

Fatores na escolha da cidade

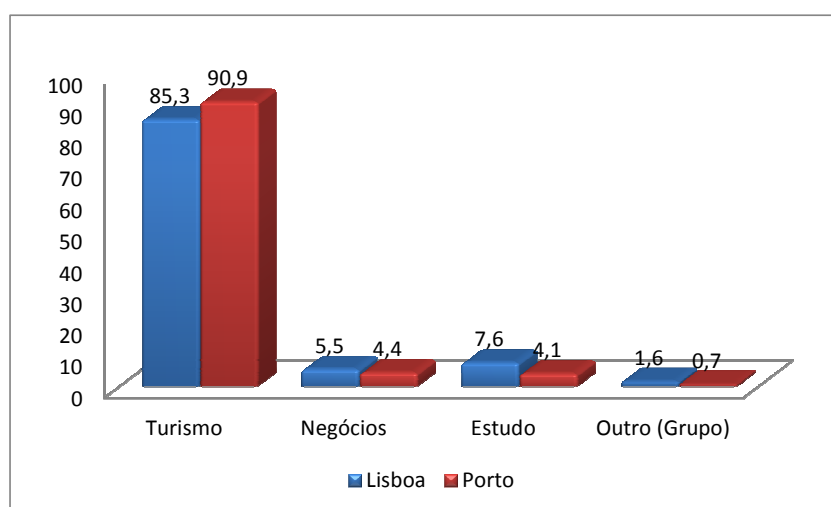
Fatores na escolha da cidade	Lisboa	Porto	Total Fatores Lisboa (%)	Total Fatores Porto (%)	Total inquéritos Lisboa (N=372) (%)	Total inquéritos Porto (N=298) (%)
Cidade fascinante	43	41	4,1	5,1	11,6	13,8
Value for money	88	76	8,4	9,4	23,7	25,5
Voos de baixo custo	38	67	3,6	8,3	10,2	22,5
Antigo desejo	72	48	6,9	6,0	19,4	16,1
Recomendação de amigos	178	118	16,9	14,7	47,8	39,6
Atrações culturais	167	118	15,9	14,7	44,9	39,6
Cidade segura	14	13	1,3	1,6	3,8	4,4
Acessibilidade aérea	20	29	1,9	3,6	5,4	9,7
Excelente comida	54	52	5,1	6,5	14,5	17,4
Tempo	131	89	12,5	11,1	35,2	29,9
Compras	18	7	1,7	0,9	4,8	2,3
Vida Noturna	69	29	6,6	3,6	18,5	9,7
História	98	72	9,3	8,9	26,3	24,2
Promoções	8	-	0,8	0,0	2,2	0,0
Outros fatores	53	46	5,0	5,7	14,2	15,4
Total	1.051	805	100	100		

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 7).

Fatores como a existência de promoções, compras ou segurança nas cidades foram os menos valorizados pelos turistas. Uma situação igualmente pouco valorizada pelos turistas (e relevante para a investigação) foi a acessibilidade aérea.

A análise aos “outros fatores” mostra uma enorme diversidade de motivações. No entanto, no Porto salienta-se os “Caminhos de Santiago” (5 respostas), estudo (intercâmbio, línguas, *erasmus* – 2 respostas/cada), trabalho (*woofing*, congresso, negócios – 5 respostas no total), ligações aéreas, *film festival*, concertos musicais, entre outras. Em Lisboa, os fatores laborais (trabalho – 8 – e participação em conferência – 4) foram os mais citados, seguindo-se-lhes os fatores relacionados com estudo (universidade – 6, estudar Fernando Pessoa – 5, aprender português – 4) ou com a visita de amigos (5 respostas).

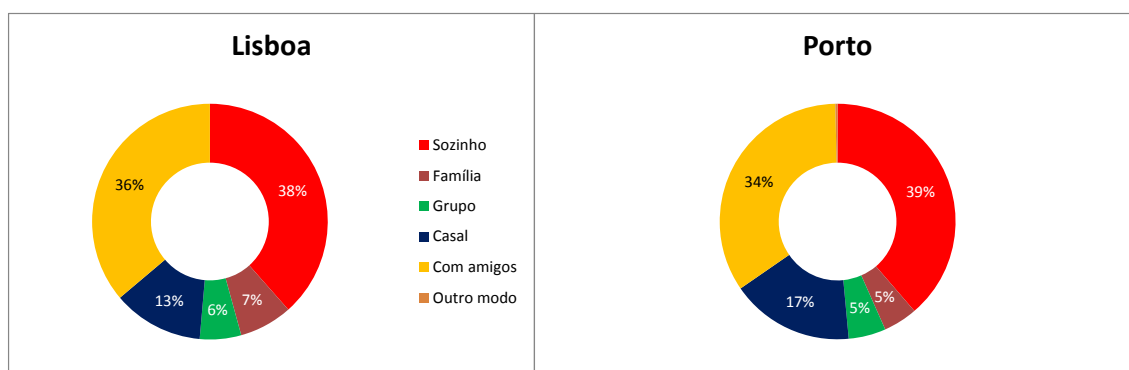
A Figura 64 mostra os principais propósitos da viagem, sendo que, a grande maioria viaja em lazer, representando mais de 90% das intenções de viagem no Porto. Em Lisboa, as deslocações por motivos de estudo são relevantes, atingindo 7,6% das respostas dos turistas.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 9)

Fig. 64. Propósito da visita (%)

No que respeita ao modo de viajar, verifica-se que a maioria dos turistas prefere viajar sozinho (38,7 e 38,4% dos inquiridos no Porto e Lisboa, respetivamente) ou com amigos (36,2% em Lisboa e 34,3% no Porto).



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 10)

Fig.65. Modo de viajar (%)

Quando confrontados com a questão relativa à anterior experiência em *hostels*, a grande maioria quer em Lisboa (81,7%) quer no Porto (83,3%) já era utilizador deste tipo de alojamento. As principais razões prendem-se com motivos económicos (preço, com maior incidência no Porto – 45,1%) e com a possibilidade de conhecerem outras pessoas. O ambiente, a qualidade e a “lembrança da juventude” foram alguns dos outros motivos apresentados por alguns dos inquiridos.

Tabela 63

Utilização dos *hostels* e razões de preferência (Lisboa)

Utilização anterior de <i>hostels</i> (%)	Lisboa	Porto
Sim	81,7	83,3
Não	18,3	16,7
Razões de preferência (%)		
Informalidade	9,6	10,0
Preço	44,7	45,1
Localização	11,9	12,6
Conhecer outras pessoas	28,5	26,0
Serviços prestados	4,8	6,0
Outros motivos	0,4	0,4
Total	100	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (perguntas 11 e 12)

Olhando-se para as preferências, em resposta múltipla, que ditaram a escolha do *hostel* utilizado em Lisboa ou no Porto (Tabela 64 na página seguinte), constata-se que a principal razão foi económica (preço), com 23,1% do total das respostas em Lisboa e 21,9% no Porto.

No que respeita às preferências seguintes, estas incidem na localização e *reviews* positivos, embora com importâncias diferentes em Lisboa e no Porto.

Tabela 64

Razões pela escolha deste *hostel* (em Lisboa ou Porto)

Preferência pelo <i>hostel</i> escolhido	Lisboa	Porto	Total Preferências Lisboa (%)	Total Preferências Porto (%)	Total inquiridos Lisboa (N=372) (%)	Total inquiridos Porto (N=298) (%)
Localização	208	141	21,4	18,2	55,9	47,3
Recomendação de amigos	82	50	8,4	6,5	22,0	16,8
Prémios ganhos	21	12	2,2	1,5	5,6	4,0
Promoções especiais/ <i>Last Minute</i>	11	5	1,1	0,6	3,0	1,7
Informação e fotos no <i>site</i>	146	127	15,0	16,4	39,2	42,6
Disponibilidade na reserva	40	34	4,1	4,4	10,8	11,4
Preço	225	170	23,1	21,9	60,5	57,0
<i>Reviews</i> positivos	160	150	16,4	19,4	43,0	50,3
Serviços prestados	34	28	3,5	3,6	9,1	9,4
Outra opção estava cheia	3	5	0,3	0,6	0,8	1,7
Capacidade	3	5	0,3	0,6	0,8	1,7
Proximidade dos transportes locais	28	32	2,9	4,1	7,5	10,7
Outro motivo	12	16	1,2	2,1	3,2	5,4
Total	973	775	100	100		

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 13)

Se, no caso de Lisboa, se privilegia a localização (21,4%) em detrimento dos *reviews* positivos (16,4%), no Porto a tendência é contrária com maior peso nos *reviews* positivos (19,4%) que na localização (18,2%). A unanimidade de preferências volta aos quartos e quintos motivos mais importantes, a saber, a informação e fotos no *site* e a recomendação de amigos. Fatores como a capacidade do *hostel* ou das opções em função da ocupação foram as menos valorizadas pelos turistas na escolha do *hostel* nas cidades de Lisboa e Porto.

Não deixa de ser relevante que cerca de 60% dos inquiridos (60,5% em Lisboa e 57% no Porto) tenha escolhido a variável preço como umas das determinantes na escolha do *hostel*. Do mesmo modo, quase 56% dos inquiridos indicou a localização com um dos fatores de preferência na escolha do seu *hostel* na capital, enquanto mais de 50% dos inquiridos no Porto apontaram a importância dos *reviews* positivos na sua decisão.

Entre os “outros motivos”, o fator mais referenciado quer em Lisboa quer no Porto foi o facto de já terem estado antes no *hostel* (3 menções em Lisboa e 2 no Porto), o que indicia alguma capacidade dos *hostels* na fidelização do seu mercado.

Outra categoria de motivos prende-se com algumas características inerentes ao próprio *hostel* (terraço ou pessoal em Lisboa ou *design* no Porto). No Porto, sobressai igualmente uma maior objetividade em fatores de recomendação externos (*hostelbookers best ranking*, *reputation on TripAdvisor* ou artigo do *NYTimes*), reforçando a importância dada, nesta cidade, aos *reviews* positivos. Aliás, a responsável

de um dos *hostels* em Lisboa, aquando das entrevistas, falava do que considerava ser “*a ditadura dos reviews*”, com alguns turistas a usar essa “técnica” para tirar vantagens adicionais durante a sua estada.

O tipo de alojamento utilizado preferencialmente pelos turistas foi o dormitório, que em Lisboa atingiu os 79,6%, ou seja, mais dez pontos percentuais que no Porto, onde houve uma maior procura por quartos individuais. Alguns turistas, embora em número reduzido optaram por ambas as soluções, certamente por uma das opções preferidas não estar disponível aquando do *check-in* no *hostel*.

Tabela 65
Tipologia do alojamento

Tipologia do alojamento (%)	Lisboa	Porto
Quarto Privado	19,9	29,1
Dormitório	79,6	69,6
Quarto Privado/Dormitório	0,5	1,3
Tipologia do dormitório (%)		
4 camas	28,7	27,8
6 camas	30,0	25,3
8 camas	31,7	29,7
10 camas	8,2	15,8
Mais de 10 camas	1,4	1,4
Total	100	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (perguntas 14 e 15)

Quanto ao tipo de dormitório utilizado, com exceção dos módulos de maior capacidade (acima das 10 camas), verifica-se uma distribuição equilibrada das opções pelas várias capacidades existentes. Mesmo assim, a maior procura incide, em ambas as cidades, nos dormitórios de 8 camas.

O tipo de bagagem utilizado vai ao encontro de anteriores estudos levados a cabo sobre este tipo de alojamento, com predominância para as mochilas (*backpackers*).

Como se verifica, a maioria dos turistas viaja com mochila ou com a mochila e outro tipo de bagagem (mesmo sabendo-se que, no caso das companhias aéreas de baixo custo a bagagem tem um custo adicional, pelo que existe uma maior tendência a utilizar *carry-on trolleys*, como bagagem de mão).

Tabela 66
Tipo de bagagem utilizado na viagem

Tipo de bagagem (%)	Lisboa	Porto
Sem bagagem	1,1	1,0
Pasta	1,6	1,4
Mala	13,9	14,5
Saco	11,7	16,5
<i>Carry-on Trolley</i>	17,9	16,5
Mochila	47,6	45,8
Mochila/Mala	1,6	1,3
Mochila/Saco	0,8	0,7
Mochila/ <i>Carry-on Trolley</i>	1,1	1,0
Mochila/Pasta	0,3	-
<i>Carry-on Trolley</i> /Mala	0,8	0,3
Mala/Saco	0,3	-
<i>Carry-on Trolley</i> /Saco	0,5	0,3
Outro tipo de bagagem	0,8	0,7
Total	100	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 16)

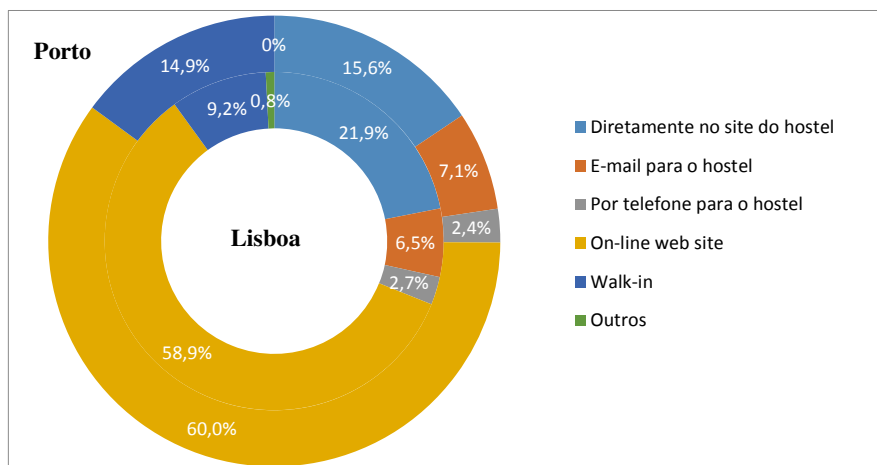
Uma análise mais segmentada sobre a utilização de bagagem na Europa e restantes regiões, mostra como os *carry-on trolleys* têm um elevado peso em voos de médio curso. Mesmo assim, a utilização de mochila nos turistas europeus utilizadores dos *hostels* continua a ser relevante, sendo o tipo de bagagem mais utilizado.

Tabela 67
Tipo de bagagem utilizado na viagem (Europa e restantes regiões)

Tipo de bagagem	Cidades	Região	
		Europa	Restantes regiões
<i>Carry-on trolley</i>	Lisboa	22,2	9,1
	Porto	18,4	14,7
Mochila	Lisboa	43,6	56,8
	Porto	44,3	49,1
Mala	Lisboa	13,3	15,2
	Porto	13,2	16,4
Saco	Lisboa	12,9	7,6
	Porto	16,7	13,8

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 16)

A maioria das reservas foram efetuadas utilizando meios tecnológicos, seja através da utilização de *OTAs*, rondando os 60% quer em Lisboa (58,9%) ou no Porto ou diretamente no *site* do próprio *hostel* (com maior expressão em Lisboa – 21,9% – que no Porto, com 15,6% das reservas).



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 17)

Fig. 66. Tipo de Reserva

Os meios tradicionais, seja através de *e-mail* ou por telefone são, cada vez menos, alternativas para reservas. Verifica-se igualmente uma maior apetência para viajantes sem reserva (*walk-ins*) no mercado do Porto (14,9% das reservas) que em Lisboa (9,2%).

A *Booking* (30,9%), seguida da *Hostelworld* (26,4%) e da *HostelBookers* (15,9%) concentram a maioria das reservas feitas, em Lisboa, através das *OTAs*. No Porto, lidera a *Hostelworld* (36,2%), seguida da *HostelBookers* (19,8%) e *Booking* (16,4%).

Mesmo assim, não pode deixar de se salientar que muitos dos inquiridos preferiram não identificar qual a *OTA* que utilizaram para efetuar a sua reserva (24,5% em Lisboa e 22,6% no Porto).

Quando solicitado aos turistas para identificarem quais os atributos que mais valorizam num *hostel*, sendo “1” o menos importante e “5” o mais importante, verifica-se que, em ambas as cidades, existe uma maior valorização dos aspetos ligados à tecnologia (*internet wi-fi*), à conveniência no alojamento (receção H24, depósito de bagagem gratuito, cacifos individualizados, cozinha equipada, salas comuns) e ao modo de pagamento (aceitação de cartão de crédito).

Se olharmos para os resultados apurados do lado da oferta, como apresentados na Tabela 45, verifica-se uma forte relação entre os atributos mais valorizados pelos turistas e aqueles reconhecidos pelos *hostels*.

Como atributos menos valorizados, em Lisboa, sobressaem os dormitórios separados (por género), assim como, as casas de banho partilhadas (unisexo), os equipamentos de entretenimento, a biblioteca e a troca de livros e a venda de bebidas/*snacks*. Denota-se, em todo o caso, que existem muitas respostas “refúgio” (valorização 3), evidenciando níveis de valorização neutros.

A Tabela 68 permite visualizar, com detalhe, todos os atributos e o grau de valorização atribuído pelos turistas a cada uma das variáveis.

Tabela 68

Valorização dos atributos de serviços e infraestruturas num *hostel* (Lisboa)

Serviços e Infraestruturas (Lisboa)	Grau de importância (%)					Nº de respostas
	1	2	3	4	5	nº
Quartos privados	24,1	14,4	17,4	19,7	24,4	270
Dormitórios separados (por género)	30,3	14,7	19,2	24	11,8	271
Dormitórios mistos	16,8	16,2	33,7	21,6	11,7	273
Salas comuns (<i>chill out spaces</i>)	2,2	6,2	14,7	24,2	52,7	273
Espaços exteriores comuns	8,6	8,3	24,4	25,6	33,1	266
Sala de leitura	25,3	27,5	28,7	13,2	5,3	265
Equipamentos de entretenimento	19,2	24	31,3	18,5	7	271
Casa de banho privada (quartos privados)	11,2	14,1	22,7	27,8	24,2	269
Casa de banho partilhada (por género)	14,8	10,3	29,5	27,7	17,7	271
Casa de banho partilhada (unisexo)	27,1	12,8	38,7	15,4	6	266
Cozinha equipada	3,3	5,2	14,8	28	48,7	271
Área de refeições	4,1	6,8	22,9	37,6	28,6	266
Serviço de refeições	8,9	10,8	33,5	31,6	15,2	269
Venda de bebidas/ <i>snacks</i> (receção/bar)	13,3	19,6	32,8	22,1	12,2	271
Venda de bebidas/ <i>snacks</i> (<i>vending machines</i>)	18,4	29	26,3	18,4	7,9	266
Bar	11,5	17,1	32,3	28,3	10,8	269
Serviço de lavandaria	8,9	14,1	26,4	31,3	19,3	269
Internet wi-fi (áreas comuns)	2,6	2,2	5,1	18,2	71,9	274
Internet wi-fi (quartos/dormitórios)	5,1	4	7,3	20,5	63,1	274
Acesso à internet (área de acesso/computadores)	4,4	6,3	13,7	25	50,6	271
Receção H24	3,3	3,3	13,6	22,3	57,5	273
Depósito de bagagem (gratuito)	2,6	4,3	11,7	24,1	57,3	274
Cacifos individuais	3,7	3,7	14,5	22,2	55,9	270
Biblioteca (troca de livros)	25,3	31,6	24,9	12,3	5,9	269
Informação turística	1,5	2,6	17,7	33,9	44,3	271
Organização de eventos turísticos (<i>tours</i> , provas de vinho, noites temáticas, etc.)	5,1	12,9	34,2	27,2	20,6	272
Aceitação de cartão de crédito	5,5	7,4	11,5	29,5	46,1	271

Nota: (1) menos importante; (5) mais importante

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 18)

A análise aos dados do Porto (Tabela 69), permite constatar que os dados obtidos não diferem muito dos de Lisboa, quanto à valorização dos serviços e infraestruturas e do seu grau de importância (onde a tecnologia, cozinha equipada, receção H24, cacifos individuais e informação turística são dos atributos mais valorizados).

Como atributos menos valorizados sobressaem os equipamentos de entretenimento, as casas de banho partilhadas (unisexo) e a troca de livros.

Tabela 69

Valorização dos atributos de serviços e infraestruturas num *hostel* (Porto)

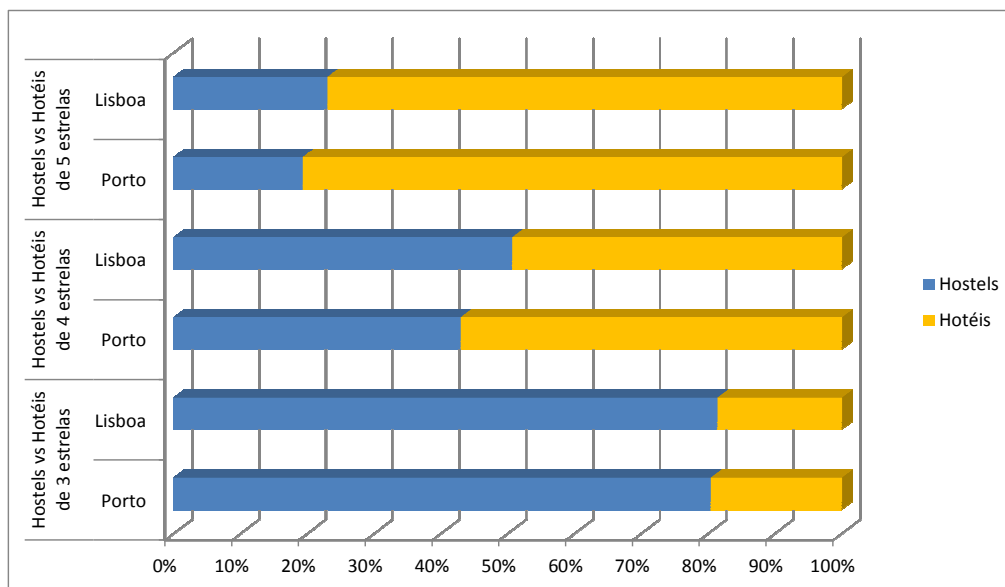
Serviços e Infraestruturas (Porto)	Grau de importância (%)					Nº de respostas
	1	2	3	4	5	nº
Quartos privados	17,7	13,6	24,2	18,2	26,3	198
Dormitórios separados (por género)	30,7	18,3	21,9	18,2	10,9	192
Dormitórios mistos	24,7	19,5	30	17,4	8,4	190
Salas comuns (<i>chill out spaces</i>)	4,6	9,1	13,2	31	42,1	197
Espaços exteriores comuns	4,6	11,2	24	33,2	27	196
Sala de leitura	25,7	27,8	23	16	7,5	187
Equipamentos de entretenimento	17,2	24,5	27,1	22,9	8,3	192
Casa de banho privada (quartos privados)	9,6	17,7	20,7	28,3	23,7	198
Casa de banho partilhada (por género)	12,3	16,4	28,7	25,7	16,9	195
Casa de banho partilhada (unisexo)	23,2	21,1	31,5	16	8,2	194
Cozinha equipada	6,5	8	16,4	33,3	35,8	201
Área de refeições	6,3	12,1	27,4	35,3	18,9	190
Serviço de refeições	9,3	15,5	34,2	27,5	13,5	193
Venda de bebidas/ <i>snacks</i> (receção/bar)	17,1	24,4	21,7	25,4	11,4	193
Venda de bebidas/ <i>snacks</i> (<i>vending machines</i>)	25,4	24,3	23,8	19,1	7,4	189
Bar	11,5	21,8	24,5	28,1	14,1	192
Serviço de lavandaria	15,5	14,9	20,1	29,9	19,6	194
Internet wi-fi (áreas comuns)	7	3,6	7	20,1	62,3	199
Internet wi-fi (quartos/dormitórios)	9,5	6,9	8,5	17,9	57,2	201
Acesso à internet (área de acesso/computadores)	10,3	13,3	15,4	23,6	37,4	195
Receção H24	4,1	4,6	15,8	21,9	53,6	196
Depósito de bagagem (gratuito)	5,2	4,6	10,8	28,9	50,5	194
Cacifos individuais	7,2	9,2	10,3	25,6	47,7	195
Biblioteca (troca de livros)	26,4	27,5	24,4	12,4	9,3	193
Informação turística	3,6	4,1	15,7	27,4	49,2	197
Organização de eventos turísticos (<i>tours</i> , provas de vinho, noites temáticas, etc.)	9,3	11,9	24,2	33,5	21,1	194
Aceitação de cartão de crédito	7,6	8,6	17,2	23,2	43,4	198

Nota: (1) menos importante; (5) mais importante

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 18)

A maioria dos turistas espera gastar menos de 40 euros por dia na sua estada em Lisboa (45,1%) ou no Porto (52,2%). Até um gasto diário de 70 €, incluindo alojamento, concentram-se 82,1% das respostas em Lisboa e 87,2% no Porto. Mesmo assim, 13,2% dos turistas em Lisboa esperam gastar entre 71-100 € (9,8% no Porto). A informação encontra-se no Anexo 40.

A opção por um *hostel* ou hotel, em igualdade de circunstâncias (preço), mostra que, ao nível das categorias mais baixas a preferência mantém-se num *hostel*, mas que se vai alterando à medida que se utilizem hotéis de categoria superior. Em Lisboa, a preferência por um *hostel* equipara-se na comparação direta com hotéis de quatro estrelas.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 20)

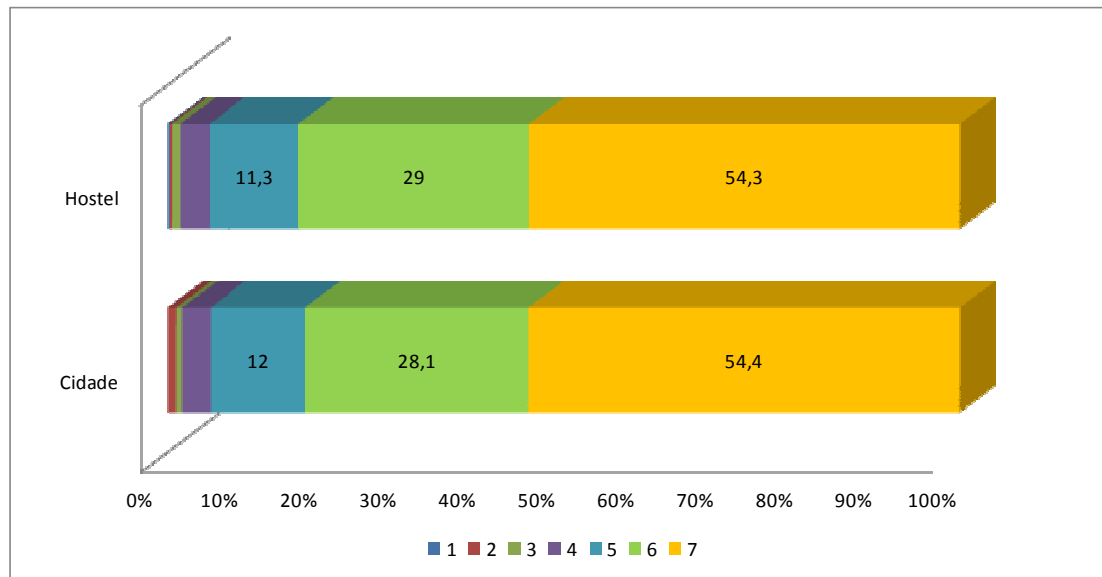
Fig. 67. Preferência dos *hostels* versus hotéis

Esta situação vem reforçar o sentimento expresso entre os vários interlocutores, como já analisado ao nível da oferta de *hostels*, mas replicado junto da hotelaria e do painel de especialistas, que o produto é diferente e, como tal, as motivações dos clientes que escolhem um *hostel* são diferentes de quem escolhe um hotel.

No entanto, mais do que esta conclusão, é fundamental perceber que o fator preço é, mais uma vez, a razão que está na base da escolha pois, dando-se a oportunidade, em igualdade de preço entre um *hostel* e um hotel de categoria superior e a escolha transfere-se para o hotel.

Olhando-se para o grau de satisfação com o *hostel* e com a cidade, percebe-se que existe uma forte correlação entre ambos. Para o efeito utilizou-se uma *escala de Likert* que variou entre o não satisfeito (1) e o muito satisfeito (7).

Mais de 50% dos turistas mostra-se muito satisfeito quer com a sua estada no *hostel* quer com a visita à cidade de Lisboa, cujos valores são muito idênticos. No caso de Lisboa, a correlação reflete essa constância de valores de satisfação na utilização do *hostel* e da cidade, sendo (quase) total, na ordem dos 0,9996.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa (perguntas 21 e 22)

Fig. 68. Grau de satisfação com o *hostel* e cidade de Lisboa

No caso do Porto, os resultados são similares com uma correlação igualmente elevada de 0,9811. Denota-se, em todo o caso, uma maior satisfação com o *hostel* utilizado em relação à cidade, sendo que os valores de satisfação máxima são inferiores aos níveis de satisfação com a capital.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas no Porto (perguntas 21 e 22)

Fig. 69. Grau de satisfação com o *hostel* e cidade do Porto

A maioria dos turistas pretende visitar novamente as cidades, embora, para a maioria, esse desejo não esteja ainda definido. Mesmo assim, mais de 15% visitá-las-ão definitivamente nos próximos dois anos (67 turistas em Lisboa, correspondendo a 18,1% da amostra e 46 no Porto, ou seja, 15,5% do total).

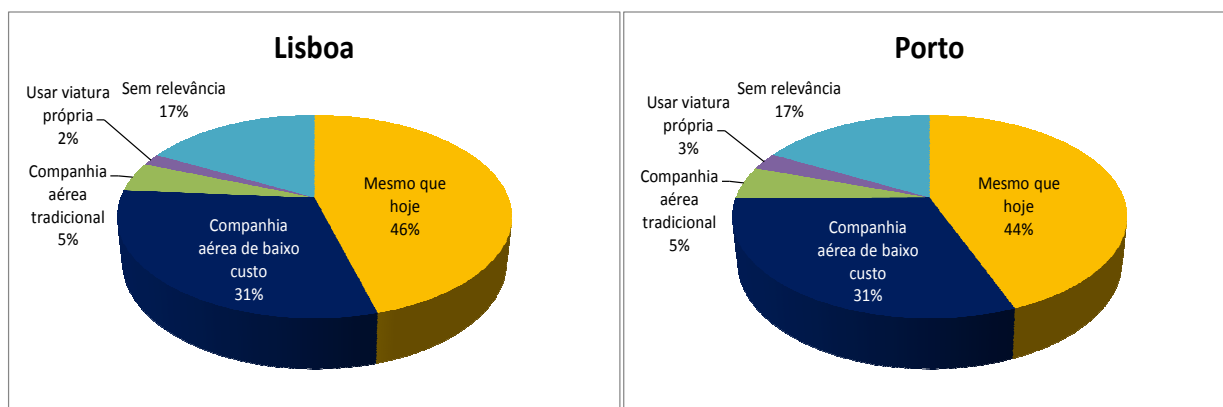
Tabela 70

Futura visita à(s) cidade(s)

Nova visita à cidade (%)	Lisboa	Porto
Sim, definitivamente nos próximos 2 anos	18,1	15,5
Sim, num futuro próximo	23,7	22,9
Sim, mas não sei quando	49,3	51,5
Não, provavelmente	8,9	9,4
Não, definitivamente		0,7

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 23)

Quanto ao meio de transporte a utilizar nessa nova deslocação, a maioria opta pelo mesmo meio de transporte de hoje, sendo que os que preferiam a utilização de companhias aéreas de baixo ascende aos 31% em ambas as cidades.

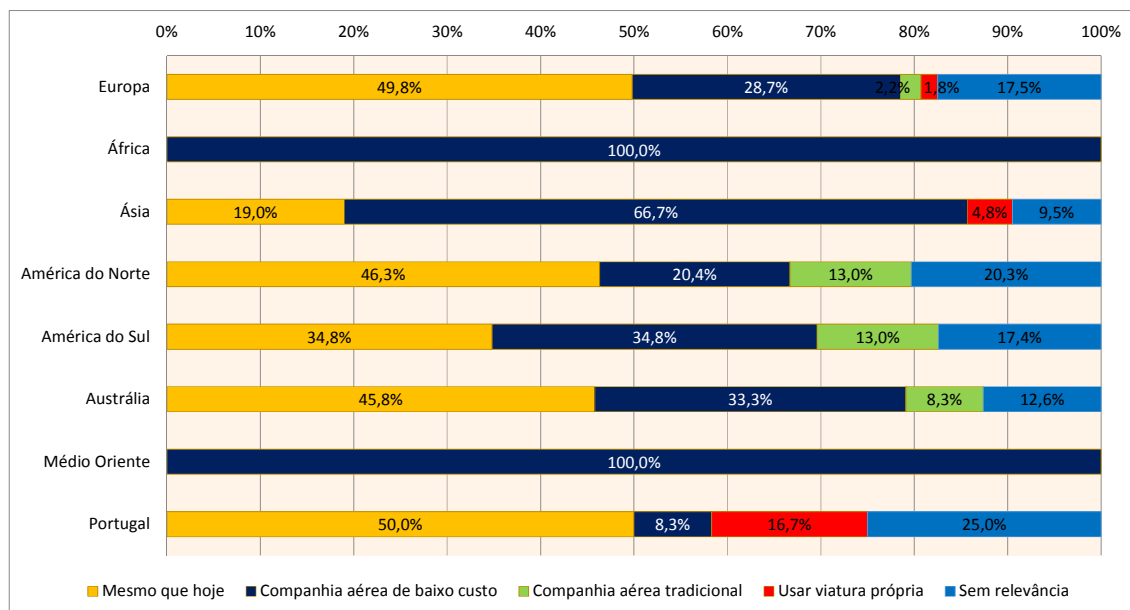


Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 24)

Fig. 70. Meio de transporte a utilizar

Tendo em atenção que os dados apurados sobre o meio de transporte utilizado na deslocação a Lisboa ou ao Porto se mostraram maioritariamente pela utilização de *low cost carriers* (42,4% em Lisboa e 52,2% no Porto, como espelhado na Tabela 59 e Anexo 39), não será surpresa que a preferência seja pela utilização futura do mesmo meio de transporte que hoje. Mesmo assim, verifica-se que muitos dos turistas optariam por companhias aéreas de baixo custo, se existentes, o que, associado ao meio já hoje atualmente utilizado vem reforçar a sua utilização pelos clientes dos *hostels*.

Tentando ver-se os impactos por região, constata-se que são os turistas dos mercados de longo curso, onde as companhias aéreas de baixo custo ainda não são tão expressivas, os que manifestam os maiores desejos de utilizar esse meio de transporte.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 24)

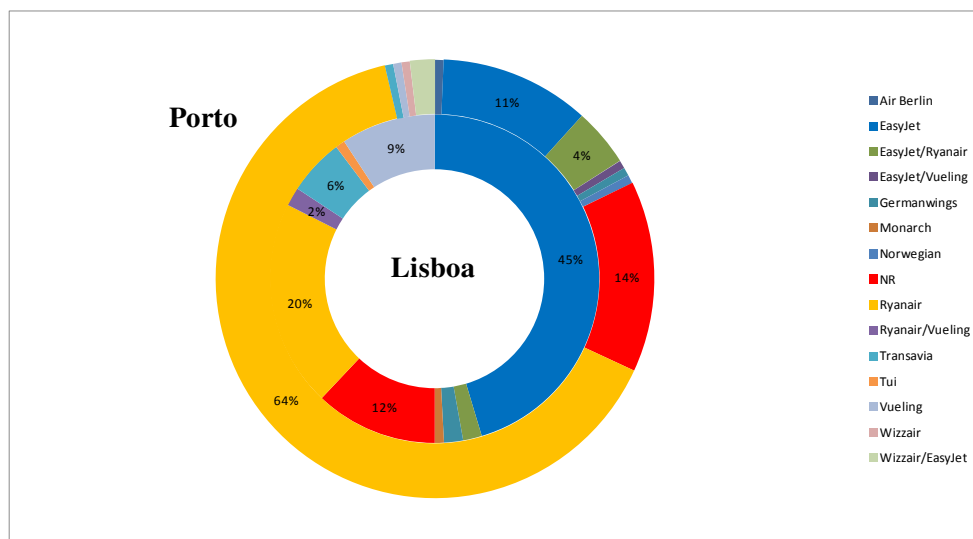
Fig. 71. Meio de transporte a utilizar por região

Tendo em atenção a importância direta com o tema, tentou-se caracterizar melhor os utilizadores das companhias aéreas de baixo custo.

Olhando-se para o número de respostas nas cidades de Lisboa e Porto, podemos constatar que existe uma hegemonia na utilização da *Ryanair* no Porto (64,4%) e da *easyJet* em Lisboa (45%).

Não deixa de ser relevante verificar que, em Lisboa, a *Ryanair* (20,2%) é a segunda maior companhia aérea de baixo custo (mesmo não voando, na altura, para a capital), enquanto, no Porto, a *easyJet* (11%) inverte os papéis em relação a Lisboa. Esta situação tem inerente o facto de muitos turistas entrarem por uma cidade e saírem por outra ou, como também se verifica, utilizarem a combinação de companhias aéreas, assim como, em menor escala, com outros meios de transporte.

Mesmo assim, existe um número importante de turistas que não respondeu a esta questão (entre os 12% em Lisboa e 14% no Porto).



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 26)

Fig. 72. Utilização das companhias aéreas de baixo custo

A principal razão para a utilização das companhias aéreas de baixo custo reside no fator preço (55,8% em Lisboa e 56,3% no Porto), sendo as razões de conveniência (localizado na área de residência ou por horário) ou de hábito (utilização das *low cost carriers*) outros dos motivos assinalados.

Tabela 71

Razões para a utilização das companhias aéreas de baixo custo

Razões para a utilização de uma companhia aérea de baixo custo	Lisboa	Porto	Total Preferências Lisboa (%)	Total Preferências Porto (%)	Total inquéritos Lisboa (N=372) (%)	Total inquéritos Porto (N=298) (%)
Preço	145	138	55,8	56,3	39,0	46,3
Conveniência de horários	36	19	13,8	7,8	9,7	6,4
Habitudo a voar nelas	17	25	6,5	10,2	4,6	8,4
Localizado na minha área de residência	40	46	15,4	18,8	10,8	15,4
Programa de passageiro frequente	10	9	3,8	3,7	2,7	3,0
Sem outras alternativas	11	6	4,2	2,4	3,0	2,0
Outro motivo	1	2	0,4	0,8	0,3	0,7
Total	260	245	100	100		

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas em Lisboa e Porto (pergunta 27). Respostas com mais de um fator.

A maioria dos turistas realiza dois voos por ano em companhias aéreas de baixo custo (31% do total em Lisboa e 30,7% no Porto). Se, em Lisboa, existe um peso igual entre os turistas que apenas utilizam uma vez por ano ou quem a utilize três vezes por ano (19,3%), no Porto, verifica-se que os turistas (20,7%) apenas viajam uma vez por ano em *low cost*, sendo de 13,6% os que viajam três vezes por ano. Globalmente, mais de 80% dos turistas (81,4% em Lisboa e 80% no Porto) viajam até quatro vezes por ano nas companhias aéreas de baixo custo.

Quando indagados se continuariam a visitar as cidades, mesmo se as companhias aéreas de baixo custo não voassem para Lisboa e Porto, constata-se que a maioria continuaria a visitá-las. Mesmo assim, 41,5% dos turistas no Porto e 38,6% em Lisboa indicou que não as visitariam.

As razões principais foram quase sempre económicas (85,1% em Lisboa e no Porto estão relacionadas com a variável preço). Outras situações, de natureza mais pontual, referem-se à crise económica, à visita a outros países ou outras cidades, à qualidade das ligações aéreas (que pioram) e à poupança (no transporte aéreo) para se gastar dinheiro na cidade.

O manancial de informação coligida e apresentada representa uma enorme oportunidade para um melhor conhecimento do perfil dos clientes utilizadores deste tipo de alojamento, em especial, quando alojados em cidades. Por razões ligadas ao tema, muitas das questões irão permitir uma nova abordagem de investigação, através da relação de variáveis entre as companhias aéreas de baixo custo e os *hostels*, como se pretende evidenciar e validar.

8.2.3. Questionário junto da hotelaria nas cidades de Lisboa e Porto

Como já anteriormente apresentado aquando do ponto 5.7.3., a recolha efetuada junto das unidades hoteleiras nas cidades de Lisboa e Porto, permitiu apurar a seguinte amostra, devidamente ponderada, de modo a minimizar potenciais impactos de enviesamento:

Tabela 72

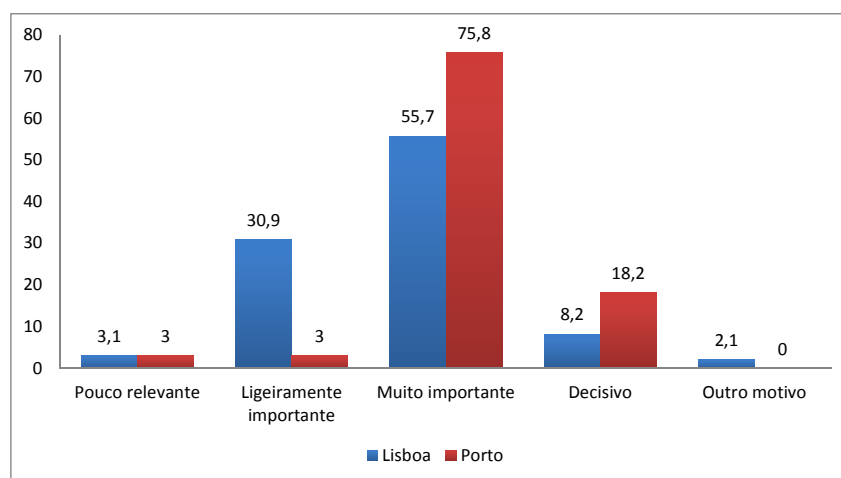
Taxa de resposta da hotelaria nas cidades de Lisboa e Porto (ponderada)

Cidade	Categoria	Oferta		Respostas (Ponderadas)		Taxa de Resposta (%)		Peso (%)	
		Unidades	Camas	Unidades	Camas	Unidades	Camas	Camas (Oferta)	Camas Ponderadas (Respostas)
Lisboa	5 estrelas	21	3.997	16	3.019	76,2	75,5	24,3	25,6
	4 estrelas	64	8.243	49	5.892	76,6	71,5	50,1	49,9
	3 estrelas	36	3.140	23	2.243	63,9	71,4	19,1	19,0
	2/1 estrelas	20	1.074	9	646	45,0	60,1	6,5	5,5
	Total	141	16.454	97	11.800	68,8	71,7	100	100
Porto	5 estrelas	6	1.205	3	749	50,0	62,2	23,6	24,4
	4 estrelas	15	1.696	8	1.007	53,3	59,4	33,2	32,8
	3 estrelas	18	1.302	10	742	55,6	57,0	25,5	24,2
	2/1 estrelas	26	912	12	574	46,2	62,9	17,8	18,7
	Total	65	5.115	33	3.072	50,8	60,1	100	100

Fonte: Elaboração própria através das respostas aos questionários de hotéis (Lisboa e Porto)

Analisando-se o contributo que as companhias aéreas de baixo custo têm dado para o desenvolvimento do turismo nas cidades, verifica-se que a grande maioria dos inquiridos considera muito importante (em especial no Porto, com 75,8%) ou ligeiramente importante (18,2% no Porto) o contributo destas companhias aéreas para as cidades de Lisboa e Porto.

Os motivos apresentados pelos inquiridos traduziram-se, em especial, no “*contributo dado para os city breaks*”. Não deixa de ser relevante salientar, igualmente, que nenhum dos participantes na amostra considera que as companhias aéreas de baixo não tiveram qualquer contributo para o desenvolvimento do turismo na cidade.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários da hotelaria em Lisboa e Porto (pergunta 4)

Fig. 73. Contributo das *low cost carriers* para o desenvolvimento do turismo na cidade (%)

A análise quanto à percentagem de dormidas com proveniência nas companhias aéreas de baixo custo permite constatar que a maioria dos estabelecimentos hoteleiros não sabe (ou não quer responder) qual o contributo dado por estas companhias para as dormidas na sua unidade, sendo essa realidade mais premente no mercado de Lisboa (38,1%).

Os dados apurados reforçam a importância das companhias aéreas de baixo custo para a hotelaria do Porto onde 21,2% das unidades têm mais de 50% da sua ocupação com origem nas companhias aéreas de baixo custo, sendo que, em Lisboa, existem unidades sem qualquer contributo das *low cost carriers*.

A maioria das unidades, independentemente da sua classificação e da cidade, encontram-se no intervalo entre os 21-35%, acompanhadas de perto pelo intervalo inferior (entre os 11-20%).

Tabela 73

Dormidas na unidade hoteleira com proveniência nas *low cost carriers*

Dormidas com origem nas <i>low cost carriers</i> (%)	Lisboa	Porto
Menos de 5	2,1	9,1
6-10	14,4	9,1
11-20	16,5	15,1
21-35	17,5	18,2
36-50	7,2	9,1
51-75	2,1	15,1
Mais de 75	-	6,1
Sem contributo	2,1	-
Não sei	38,1	18,2

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários da hotelaria em Lisboa e Porto (pergunta 5)

Nos Anexos 41 (Lisboa) e 42 (Porto) poderão ser visualizados os resultados por categoria hoteleira, sendo que as unidades de 5 estrelas tendem a apresentar taxas de ocupação mais baixas, enquanto as de categoria inferior são as que mostram taxas de ocupação mais elevadas. Não deixa de ser igualmente relevante as respostas “Não sei” (eventualmente “Não responde”), em especial na cidade de Lisboa (na categoria de 5 estrelas representaram 50% das respostas).

É no Porto que a taxa de ocupação é mais evidente, com um terço das unidades de 1 e 2 estrelas entre os 51 e 75% de ocupação, sendo que, nesta cidade, existem unidades onde o contributo das companhias aéreas de baixo custo é superior a 75% da sua ocupação. As unidades de Lisboa, onde as companhias aéreas não tiveram qualquer contributo, são ambas de 5 estrelas.

Como se verifica, o contributo das companhias aéreas de baixo custo não se cingiu apenas aos *hostels*, desempenhando igualmente um papel importante para a hotelaria, ao nível das dormidas geradas e para a rentabilização das unidades.

Quando questionados sobre se o aparecimento dos *hostels* na cidade está relacionado com o desenvolvimento das companhias aéreas de baixo custo, verifica-se que mais de dois terços dos inquiridos considera que existe uma relação direta entre estas duas realidades, com mais de 75% dos inquiridos a responder afirmativamente na cidade do Porto (contra 69,1% de respostas positivas em Lisboa).

Tabela 74

Importância das *low cost carriers* para o aparecimento dos *hostels*

Relação entre <i>hostels</i> e companhias aéreas de baixo custo (%)	Lisboa	Porto
Sim	69,1	75,7
Não	30,9	24,3

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários da hotelaria em Lisboa e Porto (pergunta 6)

Uma análise global aos diferentes motivos apontados para essa relação direta, mostra que, por um lado, mais de um terço dos inquiridos (53 respostas, ou seja, 36,3% dos motivos indicados) não caracterizou qualquer fator. Os que o fizeram apontaram para razões económicas (28 respostas, ou seja, 19,2%), caracterização do segmento jovem (17 respostas) ou devido a falhas de mercado, em especial ao nível da sua regulação (14 respostas).

Tabela 75

Fatores que contribuíram para o aparecimento dos *hostels*

Fatores	nº respostas	%
Baixo poder de compra/Alojamento a preços reduzidos	28	19,2
Mercado jovem	17	11,6
Regulação menos exigente/concorrência desleal	14	9,6
Modelo de negócio <i>low cost</i>	7	4,8
Aumento da procura	7	4,8
Outros públicos, hábitos e segmentos	6	4,1
Rentabilização imobilizado/Localização no centro das cidades	4	2,7
Viagens familiares/Alojamento <i>short breaks</i>	3	2,1
Fénomeno recente de moda/Cidade barata	2	1,4
Fatores económicos/Globalização	2	1,4
Procura de novas experiências	1	0,7
Efeito substituição das pensões	1	0,7
Futuros clientes das cidades	1	0,7
Não responde	53	36,3
Total	146	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários da hotelaria em Lisboa e Porto (pergunta 7). Respostas com mais de um fator.

Quando questionados sobre o contributo que a *Ryanair* poderia trazer para o turismo e hotelaria da cidade de Lisboa, denota-se globalmente que a expectativa era elevada com mais de metade dos inquiridos a considerar positivo a chegada dessa nova companhia

aérea pela capacidade de gerar novos turistas (63,9%). No entanto, não deixa de ser interessante constatar que 13,4% dos inquiridos considera a sua preceção negativa, podendo afugentar outras companhias aéreas que já operam para Lisboa.

Mais uma vez, a análise por cidade denota uma enorme preocupação dos hoteleiros do Porto com a potencial transferência de tráfego do Porto para Lisboa (42,4%), fator totalmente menosprezado pelos hoteleiros de Lisboa que concentram as suas ações nas oportunidades que esta nova companhia aérea pode trazer na dinamização de novos turistas. Mesmo assim, quase 20% dos inquiridos (18,2%) considera que vai gerar novos turistas para Lisboa.

Tabela 76

Contributo da criação de uma base operacional da *Ryanair* em Lisboa

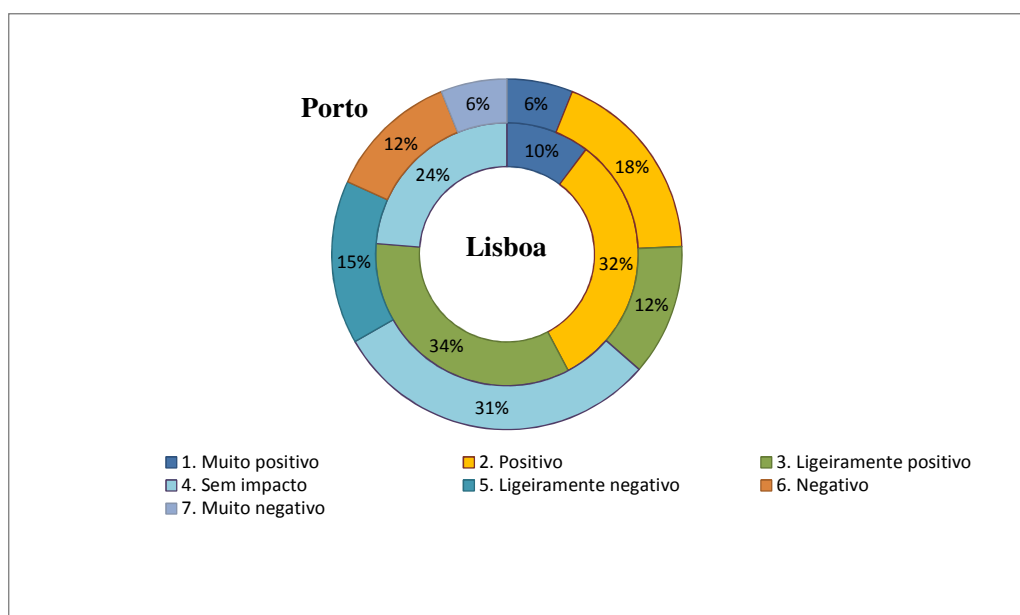
Criação de uma base da <i>Ryanair</i> em Lisboa (%)	Lisboa	Porto
1. Negativo, pois Lisboa não tem nada a ver com o perfil de tráfego de uma <i>Ryanair</i>	1,0	6,1
2. Negativo, pois vai afugentar outras companhias aéreas que operam para Lisboa	13,4	-
3. Positivo, pois vai gerar novos turistas para Lisboa	63,9	18,2
4. Positivo, pois vai promover novos aeroportos - e novos turistas - que as companhias tradicionais não operam	12,4	15,1
5. Indiferente, pois a maioria do tráfego, em Lisboa, desloca-se nas companhias tradicionais	1,0	12,1
6. Vai trazer uma transferência de tráfego do Porto para Lisboa	-	42,4
7. Outros motivos	8,3	6,1

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários da hotelaria em Lisboa e Porto (pergunta 8)

Entre os outros motivos apontados mantinha-se a tónica na transferência de tráfego do Porto para Lisboa (4 inquiridos), nas contrapartidas dadas e no risco de fecharem a base operacional, com aconteceu em Espanha (2 inquiridos), nos benefícios múltiplos pela existência de bases em ambas as cidades (1 inquirido) e na incapacidade de quantificação desses benefícios (1 inquirido). Dois participantes, mesmo tendo optado por esta resposta, não justificaram a escolha e, como tal, não apresentaram qualquer comentário adicional.

Quando solicitado qual o contributo que poderia trazer a *Ryanair* para o seu hotel, constata-se que, em Lisboa, não existe qualquer resposta com um contributo negativo, embora quase dois terços dos inquiridos considerem que o impacto seja ligeiramente positivo (34%) ou positivo (32%).

No caso do Porto, os esperados impactos negativos sentidos pela hotelaria da cidade, com medo da perda de clientes por transferência de tráfego entre cidades, são mais perceptíveis, com um terço dos inquiridos (33,3%) a considerar efeitos ligeiramente negativos (15,1%) ou negativos (12,1%), sendo que 6,1% dos inquiridos advoga, inclusive, que o contributo será altamente penalizador.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários da hotelaria em Lisboa e Porto (pergunta 9)

Fig. 74. Contributo da *Ryanair* para o seu hotel

Quando questionados os hotéis sobre a concorrência exercida pelos *hostels*, verifica-se um comportamento distinto em ambas as cidades.

Enquanto o Porto considera os *hostels* uma ameaça (78,8% dos inquiridos) e uma concorrência aos estabelecimentos hoteleiros (70%), a cidade de Lisboa tem uma atitude completamente inversa, com a maioria dos inquiridos (53,6%) a considerarem que os *hostels* não são uma ameaça e 62,9% a considerá-los como não sendo concorrentes.

Tabela 77

Hostels enquanto ameaça e concorrência aos estabelecimentos hoteleiros

Ameaça dos <i>hostels</i> (%)	Lisboa	Porto
Sim	46,4	78,8
Não	53,6	21,2
Concorrência dos <i>hostels</i> (%)		
Sim	37,1	70
Não	62,9	30

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários da hotelaria em Lisboa e Porto (perguntas 10 e 11)

Entre os principais motivos apontados – *hostels* não concorrentes dos hotéis –, como espelhado na tabela abaixo, destaca-se o facto de os produtos, mercados, segmentos, entre outros fatores, serem diferentes (com um peso relevante nas respostas dos hoteleiros em ambas as cidades).

Quanto aos principais fatores indicados como concorrentes salientam-se o preço e as diferentes regras aplicadas aos *hostels* em termos de legalização, regulamentação, fiscalização e segurança (e que, mesmo com a publicação da nova legislação continua a merecer críticas das associações hoteleiras do setor), como analisado.

Não deixa de ser igualmente relevante mencionar que a hotelaria reconhece que a qualidade do produto *hostel*, o serviço prestado (mesmo que diferente) e a localização são igualmente fatores a ter em atenção na concorrência entre modelos de alojamento.

Tabela 78

Fatores de concorrência (ou não) com os *hostels*

<i>Hostels</i> não são concorrentes (%)	Lisboa	Porto	<i>Hostels</i> como concorrentes (%)	Lisboa	Porto
Mercados/Produtos/Segmentos/Preços/			Preço	19,4	33,3
/Modelos de negócios/ <i>Targets</i> diferentes	38,6	30	Fiscalização/regulamentação/exigências/segurança diferente	19,4	27,8
Clientes procuram preço/poder de compra	7,1	10	Concorrência em Produto/Serviço/Qualidade	14,5	19,4
Concorrência nas categorias mais baixas (budget/pensões)	5,7	10	Concorrência (3/4 estrelas)	12,9	2,8
Ameaça hotelaria tradicional (3 a 5 estrelas)/ <i>boutique hotels</i>	2,9		Localização	4,8	
Segmentação etária diferente	2,9	10	Segmentação etária	4,8	5,6
Só providenciam alojamento (não serviço)	1,4		Excesso de oferta	3,2	8,3
Vendem camas/hotéis vende quartos	1,4		Mesmo alojamento na cidade	3,2	
<i>Low cost</i> não é sinónimo de barato	1,4		Oferecem sociabilização	1,6	
Clientes dos <i>hostels</i> poderão ser futuros clientes dos hotéis	1,4		Fiscalidade diferente	1,6	
Aprender com os <i>hostels</i>	1,4		Outros fatores	4,8	
Concorrência entre alojamento privado	1,4				
Fenómeno igual aos hotéis		10			
Há espaço para todos		10			
Gestão familiar torna-os mais competitivos		10			
Acaba por ser concorrência	1,4				
Não responde	32,9	10	Não responde	9,7	2,8
Total	100	100	Total	100	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários da hotelaria em Lisboa e Porto (pergunta 12)

O aparecimento dos *hostels* parece, do mesmo modo, não ter tido grande impacto nos níveis de ocupação dos estabelecimentos hoteleiros (63,9% dos hotéis em Lisboa afirmam não ter tido qualquer impacto). No entanto, notam-se maiores reservas no Porto, onde apenas 36,4% dos inquiridos considera não ter havido impacto.

Mesmo assim, mais de 40% dos inquiridos (42,4%), neste mercado, apontam um ligeiro decréscimo na sua taxa de ocupação, sendo que 12,1% assumem que esse decréscimo foi significativo (10,3% no caso do mercado de Lisboa). Apenas o mercado do Porto assume que o aparecimento dos *hostels* terá tido impactos positivos na taxa de ocupação, sendo que 6,1% (2 respostas, de um hotel de 4 estrelas e outro de 3 estrelas) considera que esse crescimento foi significativo.

Tabela 79

Impacto dos *hostels* na taxa de ocupação hoteleira

Impacto dos <i>hostels</i> na ocupação do hotel (%)	Lisboa	Porto
1. Sem impacto	63,9	36,4
2. Ligeiro decréscimo	25,8	42,4
3. Decréscimo significativo	10,3	12,1
4. Ligeiro crescimento	-	3
5. Crescimento significativo	-	6,1

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários da hotelaria em Lisboa e Porto (pergunta 13)

Quando questionados sobre os impactos decorrentes da saída das companhias aéreas de baixo custo nos respetivos mercados (Tabela 80), existe uma forte constatação que tal significaria uma perda importante para o turismo e para a hotelaria, com maior expressão no mercado do Porto, onde essa perda atinge quase 90% das respostas dos hoteleiros (87,9%).

Apesar de mais de 70% dos inquiridos em Lisboa considerar que a potencial saída das companhias aéreas de baixo custo do mercado teria consequências nefastas no mercado turístico e na hotelaria, existem 7 hoteleiros na capital (e 3 no Porto) que vaticinam que a saída das *low cost carriers* seria um autêntico desastre para o turismo.

As outras razões descritas por quatro dos inquiridos de Lisboa apontam para dificuldades de quantificação e qualificação dos impactos (1), maior impacto nos *hostels* e nos hotéis de 3 estrelas (1), perda de conexões (1) e perda de competitividade da cidade em termos do valor de pacote avião/hotel (1).

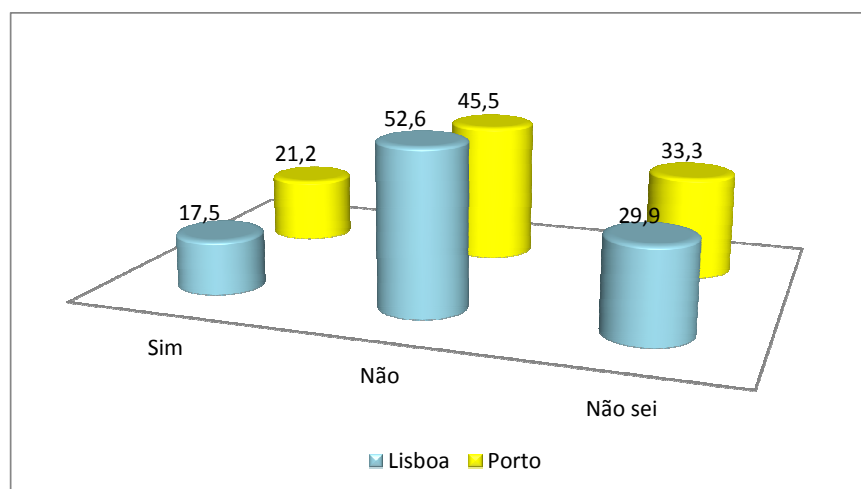
Tabela 80

Saída das companhias aéreas de baixo custo do mercado

Saída das <i>low cost carriers</i> das cidades de Lisboa e Porto	Lisboa	Porto
1. Grande perda de turistas e quebra na hotelaria	70,1	87,9
2. Sem grande impacto, já que outras companhias aéreas tradicionais iriam ocupar esse espaço	13,4	-
3. Um verdadeiro desastre para o turismo nacional e para o turismo da cidade	7,2	9,1
4. Perdas ligeiras porque a importância para a hotelaria é diminuta	5,2	1,0
5. Outras razões	4,1	-
Total	100	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários da hotelaria em Lisboa e Porto (pergunta 14)

Mais de metade dos inquiridos em Lisboa (52,6%) considerava que a legislação do alojamento local não traduzia as necessidades do mercado (45,5% no caso do Porto), sendo igualmente relevante o número de respostas “não sei” (ligeiramente mais expressivas no Porto – 33,3% – que em Lisboa, na ordem dos 29,9%), reveladoras de um desconhecimento ou indiferença perante a realidade deste tipo de alojamento.



Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários da hotelaria em Lisboa e Porto (pergunta 15)

Fig. 75. Adequabilidade da legislação do alojamento local ao mercado

As razões principais evocadas para os que consideraram a legislação desadequada mostram uma grande preocupação com a falta de regras e de enquadramento legal e razões de equidade no tratamento, algo que Torres (2014c) apontou como uma enorme fragilidade da nova lei do alojamento local ao nível das taxas, dos processos, etc. (quando comparado com a hotelaria) mas, acima de tudo, uma grande necessidade de

mais fiscalização às unidades instaladas, qualidade dos serviços prestados e, quase sempre, controle fiscal.

Apesar da publicação da legislação relativa ao AL, continuam a verificar-se opiniões e posições divergentes quanto à sua aplicação prática, com as associações de hotelaria a criticarem o facilitismo de regras e a falta de fiscalização e, por outro lado, alguns *hostels* a mostrarem-se mais satisfeitos com a definição de regras que até ao momento não existiam.

Tabela 81

Fatores para a melhoria da legislação do alojamento local

Fatores de melhoria na legislação do alojamento local	Lisboa	Porto	Lisboa (%)	Porto (%)
Equilíbrio nas regras (mesmas obrigações e deveres)	18	3	24,0	12
Maior fiscalização (segurança e controle fiscal)	23	6	30,7	24
Melhor enquadramento legal	16	6	21,3	24
Limitação/controlo à abertura/nº mínimo de noites	2	3	2,7	12
Menos entraves ao investimento	2	1	2,7	4
Gestão centralizada no TP do alojamento local	1	3	1,3	12
Venda autorizada apenas por unidades legalmente constituída	1	-	1,3	
Prioridade à limpeza, iluminação, sinalética	-	1		4
Não responde	12	2	16,0	8
Total	75	25	100	100

Fonte: Elaboração própria a partir das respostas ao inquérito (pergunta 16). Respostas com mais de um fator.

Ao se incluir na investigação os estabelecimentos hoteleiros pretendeu-se, como afirmado, avaliar duas questões primordiais, ou seja, a potencial concorrência entre os modelos de alojamento e, por outro lado, medir a importância das companhias aéreas de baixo custo para estas unidades, neste caso particular, pelo peso na ocupação-quarto das unidades hoteleiras.

O elevado número de participantes no inquérito permitiu obter um leque alargado de informação relevante que ajudará a dar resposta às questões formuladas e a abrir novas oportunidades para investigações futuras.

8.3. Entrevistas

8.3.1. Enquadramento prévio

As entrevistas levadas a cabo visaram, como já anteriormente mencionado, dar maior cobertura estratégica à temática. Optou-se por uma abrangência diferenciada de interlocutores de modo a se poder ter uma visão mais aberta e alargada na investigação,

pelo que se incluíram as seguintes áreas de “reflexão”, com impactos diretos e indiretos no tema:

- a) O Turismo de Portugal, enquanto autoridade turística nacional, e a Administração Local quer através das Câmaras Municipais ou das respetivas associações de turismo, devidamente representadas (ATL e ATP);
- b) As companhias aéreas de baixo custo líderes na Europa e também as mais importantes em Portugal, como foram os casos da *Ryanair* e *easyJet*, assim como a TAP Portugal, pelo seu peso no aeroporto de Lisboa e como maior companhia aérea em Portugal;
- c) Os aeroportos de Lisboa e Porto;
- d) As associações representativas do setor do alojamento em Portugal, lideradas pela CTP, a que se juntou a Associação de *Hostels* de Portugal, dada a relação direta com a investigação;
- e) A distribuição turística assente nas novas plataformas *online*;
- f) O IPDT, com publicação trimestral sobre o comportamento do turista que visita a região do Porto e Norte de Portugal.

O conjunto de participantes, maioritariamente com responsabilidades máximas nas organizações dos entrevistados, mostra a qualidade da amostra selecionada e participante, ou seja, profundos conhecedores do tema, dando uma elevada cobertura às várias áreas de intervenção que vão da aviação, aos aeroportos, ao alojamento hoteleiro e local, à distribuição turística e à investigação em turismo. Mesmo assim, apesar das autorizações de publicação das mesmas, optou-se pela sua anonimização, de modo a dar maior proteção aos vários participantes.

Como já referido no ponto 5.8.5. o guião de entrevista previa um conjunto de questões idênticas a todos os entrevistados (tronco comum) e um segundo nível de perguntas mais direcionadas à sua área profissional e de conhecimento e que permitisse, igualmente, o cruzamento com outras respostas (perguntas específicas). Tentou-se, mesmo assim, que em áreas menos diretamente relacionadas com a sua área de conhecimento, que alguns dos intervenientes pudessem opinar sobre temas complementares, de modo a ter-se outras perspetivas e abordagens que reforçassem as respostas e conclusões a obter.

8.3.2. Análise das entrevistas

Todas as entrevistas e respostas por questionário recebidas, como já salientado anteriormente e com as limitações expressas, encontram-se em anexo à presente investigação, contributos esses que representam uma mais-valia para um melhor conhecimento do tema, sua fundamentação e estruturação. A sua leitura permite uma visão bastante consistente dos diferentes pontos de vista e de análise de cada um dos participantes

Far-se-á uma avaliação e análise das várias respostas obtidas, de modo a mais facilmente se poderem enquadrar na temática e nas diferentes hipóteses, quando testadas.

Na Tabela 82 da página seguinte, encontra-se, em resumo, os principais aspetos relevados nas entrevistas levadas a cabo (perguntas 1 a 3), sendo que as perguntas 4 a 6 farão parte integrante da Tabela 83. O resumo efetuado de cada uma das questões apresentadas deverá, em todo o caso, ser contrastado com as informações detalhadas recolhidas de cada interveniente, de modo a se possuir uma visão mais integrada e completa das opiniões expressas.

Por razões de equilíbrio e sistematização da informação, apenas se apresentarão no presente ponto deste trabalho as perguntas relativas ao corpo comum (perguntas 1 a 6), sendo que todas as restantes questões, farão parte integrante dos Anexos à presente investigação.

As figuras que se apresentam na caracterização de cada resposta das entrevistas (Figuras 76 a 81) visam salientar e enaltecer os principais motivos mais evocados pelos participantes no painel de especialistas, de modo a facilitar a sua interpretação, fundamentação e análise aquando da validação das hipóteses.

Tabela 82

Resumo das entrevistas (perguntas 1 a 3)

Tronco Comum (1-3)			
	Q1. Qual o contributo dado pelas <i>low cost carriers</i> para o desenvolvimento do turismo (e do número de turistas) nas cidades de Lisboa e Porto?	Q2. Considera que o aparecimento dos <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto está relacionado com o desenvolvimento das <i>low cost carriers</i> ?	Q3. Se não existissem <i>low cost carriers</i> para as cidades de Lisboa e Porto, que impactos para o turismo e para o desenvolvimento dos <i>hostels</i> ?
TP	Contributo enorme Diversificação e reequilíbrio para estas cidades Revolução a nível da procura para Portugal Traz novos mercados, segmentos e destinos	Também está As <i>low costs</i> trouxeram novos segmentos de mercados Mais passageiros de última hora, maior flexibilidade de datas e de preços Adaptar a oferta à procura	Se não existissem as <i>low costs</i> não existiriam metade dos <i>hostels</i>
CML			
CMP	Novos públicos (<i>interactive travelers</i>) Contributo bastante positivo Valorização do turismo Promoção de novos mercados	Crescimento deste tipo de oferta Gerir novas oportunidades Papel do aeroporto Mobilização dos agentes da região	Difícil imaginar cenários sem <i>low costs</i> Encontrar alternativas para potenciar o Porto Destino turístico com reconhecimento internacional
ATL	Contributo extremamente importante Número de turistas aumentou exponencialmente Viajar mais acessível	Apareceram e desenvolveram-se em paralelo Alojamento com características muito diferentes Género de convivência. Turismo mais jovem	TAP e companhias tradicionais com papel fundamental no desenvolvimento do turismo <i>Low costs</i> tiveram (e têm) um papel bastante importante Mercados novos. Importantes em <i>short breaks</i>
ATP	Aumento do turismo Aumento do número de dormidas internacionais <i>Full service</i> também têm sido importantes	Nova fase de visibilidade do destino Mudanças no destino. Aumento do turismo jovem <i>Hostel</i> nem sempre significa alojamento barato Necessidade de legalização	Difícil imaginar destino sem as <i>low costs</i> Desenvolvimento de algumas rotas Conta igualmente com apoio de companhias regulares
TAP Portugal	Mudanças no comportamento do consumidor Mudança crescente na tecnologia (<i>internet</i>) Decisivo no Porto Contributo importante em Lisboa	Sim, com preços mais competitivos	O mercado não está dependente das <i>low cost</i> Em Lisboa as empresas tradicionais limitam as <i>low costs</i> No Porto as <i>low cost</i> são decisivas no turismo da cidade
Aeroporto de Lisboa	Grande acréscimo do volume de passageiros Efeitos induzidos Tarifas baixas	Segmentos de mercado diferentes Já existiam em Lisboa antes da operação da <i>easyJet</i> Procuram oferta e preços mais baratos	Trouxe volume adicional de passageiros Não seria situação dramática
Aeroporto do Porto	Volume de tráfego duplicou Densidade de rotas muito grande Muitos turistas que de outra maneira não existiriam	<i>Hostels</i> têm característica <i>low cost</i> Preços relativamente acessíveis Nichos específicos	Destino muito mais visitado Maior visibilidade do destino Crescimento do aeroporto
EasyJet	A <i>easyJet</i> é uma <i>low fare</i> Captação do mercado <i>corporate</i> Contributo bastante positivo Força da marca Crescimento do tráfego (mais passageiros)	As <i>low cost</i> levaram ao desenvolvimento dos <i>hostels</i> Nova geração, nova abordagem ao viajar	Impacto brutal Diminuição do tráfego Atratividade do destino
Ryanair	2,3 milhões de passageiros no Porto 2.300 empregos criados	Muitos turistas procuram mais alojamento Falta de competitividade e conectividade do destino <i>Ryanair</i> com 37 destinos no Verão Contributo para o turismo e não apenas para os <i>hostels</i>	Turismo iria sofrer não só no Porto como em toda a região Norte

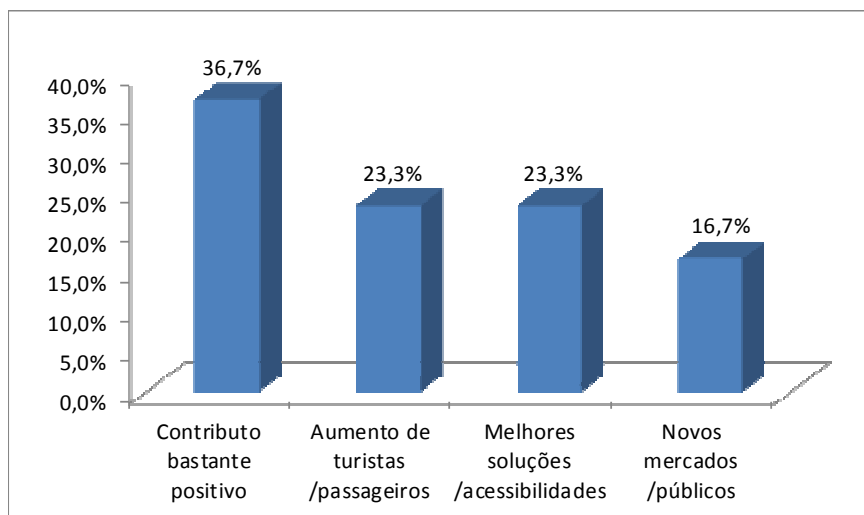
Tabela 82

Resumo das entrevistas (perguntas 1 a 3) (continuação)

Tronco Comum (1-3)			
	Q1. Qual o contributo dado pelas <i>low cost carriers</i> para o desenvolvimento do turismo (e do número de turistas) nas cidades de Lisboa e Porto?	Q2. Considera que o aparecimento dos <i>hostels</i> nas cidades de Lisboa e Porto está relacionado com o desenvolvimento das <i>low cost carriers</i> ?	Q3. Se não existissem <i>low cost carriers</i> para as cidades de Lisboa e Porto, que impactos para o turismo e para o desenvolvimento dos <i>hostels</i> ?
CTP	Dinamizar o setor dos transportes aéreos Alterações na dinâmica do setor do turismo	Potenciar o aumento da frequência de novos turistas Intensificação dos <i>short breaks</i>	Não sabemos É o preço que move os destinos
AHsP	Aumento das taxas de ocupação Aumento muito grande de turistas Impulso grande	Não só mas também Novos investidores, novas oportunidades de mercado Turistas de <i>interrail</i> continuam a ter forte presença	Público do <i>interrail</i> continua forte Impacto relativamente forte <i>Short breaks</i>
AHRESP	Melhores soluções Melhores contratos Beneficiar alojamento local Fenómeno de desintermediação	Diretamente ligado mas não como única causa Procura outro tipo de experiências Partilha comunitária	Impacto brutal Distribuição mais equitativa de turistas
APHORT	Número de turistas aumenta Sensibilidade positiva	Não só mas também Facilita e muito <i>Boom de hostels e estarão ligados a isso (low cost)</i>	Redução significativa
Hostelworld	<i>Hostels</i> com grande qualidade	Evolução progressiva na indústria dos <i>hostels</i>	Procurar outras alternativas para conquistar clientes Aproveitar a tecnologia do <i>online booking</i>
IPDT	Ajudou a democratizar o acesso dos turistas aos destinos Dinamizar os aeroportos regionais	Poderá estar Aumento de turistas e comportamento na viagem Interesse por esta tipologia de alojamento	Companhias de bandeira passariam a oferecer tarifas <i>low cost</i>

Fonte: Elaboração própria

Quando olhamos para a questão inicial (Q1. *Qual o contributo dado pelas low cost carriers para o desenvolvimento do turismo (e do número de turistas) nas cidades de Lisboa e Porto*) existe uma resposta quase unânime sobre o contributo positivo daí decorrente.



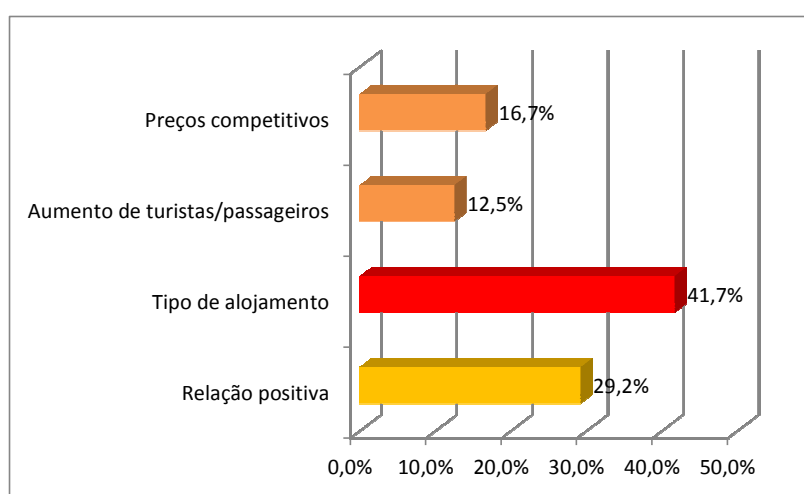
Fonte: Elaboração própria a partir das entrevistas (pergunta 1)

Fig. 76. Contributo das companhias aéreas de baixo custo para o turismo

Como se verifica, os principais contributos enaltecem o papel positivo (36,7%) que as companhias aéreas de baixo custo têm desempenhado para o aumento do turismo e de passageiros e da melhoria das acessibilidades, em particular, as aeroportuárias (23,3%).

Se é certo que se têm alguns enquadramentos mais conceptuais, a um nível mais institucional (TP, CTP), existem igualmente análises mais objetivas e operacionais, como foram os casos da *Ryanair* (assentando a sua análise na *performance* própria pelo número de passageiros transportados de/para o aeroporto do Porto) ou dos aeroportos de Lisboa (efeitos induzidos) e do Porto (densidade de rotas). Com exceção da resposta da *Hostelworld*, mais focada no contributo das OTAs para o desenvolvimento das unidades turísticas em Lisboa e Porto, as apostas na valorização e promoção de novos mercados (CMP), a democratização do acesso aos destinos (IPDT) e as alterações decorrentes da tecnologia e do comportamento dos consumidores (TAP) são outros dos vetores focados pelo painel de especialistas. Como mencionado pela TAP, o contributo não deixa de ser importante em Lisboa, mas é decisivo para o Porto, situação corroborada pela *Ryanair* pela *performance* indicada nesse mercado (2,3 milhões de passageiros e 2300 empregos criados).

Na segunda questão (Q2. *Considera que o aparecimento dos hostels nas cidades de Lisboa e Porto está relacionado com o desenvolvimento das low cost carriers*), verifica-se que, em termos globais, existe uma relação direta positiva entre estas duas variáveis, relacionando-as diretamente ao tipo de alojamento (41,7%). No entanto, não é fator único, embora seja reforçada a variável *low cost* entre ambas as realidades (aeroporto do Porto, APHORT). Como referido pela ATP, "*hostels nem sempre significa alojamento barato*", pelo que a tónica é igualmente colocada nas características intrínsecas a este modelo de alojamento (ATL, AHRESP, IPDT), ao posicionamento no mercado e aos diferentes segmentos captados (TP, aeroporto de Lisboa, aeroporto do Porto).

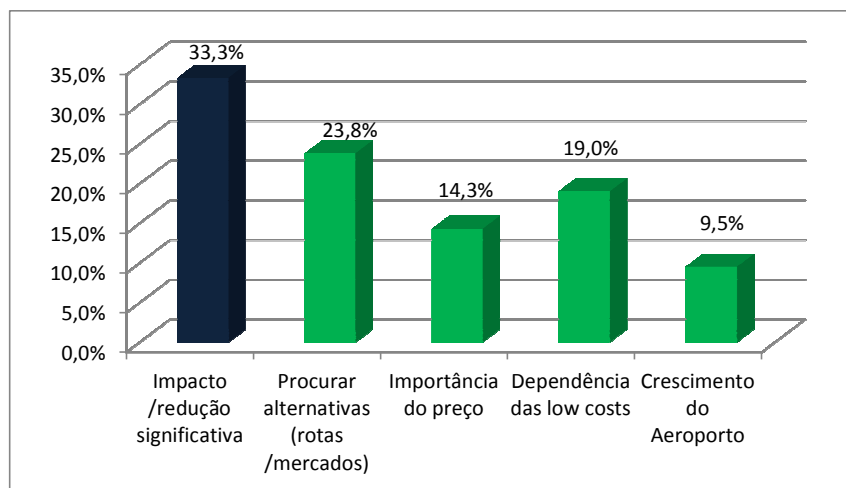


Fonte: Elaboração própria a partir das entrevistas (pergunta 2)

Fig. 77. Contributo das companhias aéreas de baixo custo para os *hostels*

Mas, apesar do sucesso e da relação direta positiva entre *low cost carriers* e *hostels* “*os turistas de interrail continuam a ter forte presença*”, de acordo com o depoimento da AHsP. Para a *Hostelworld* trata-se de uma evolução natural do mercado com a “*evolução progressiva na indústria dos hostels*”.

A terceira questão (Q3. *Se não existissem low cost carriers para as cidades de Lisboa e Porto, que impactos para o turismo e para o desenvolvimento dos hostels*) evidencia as preocupações dos vários atores para este cenário, considerando os impactos negativos, que representariam reduções significativas do tráfego e de turistas.



Fonte: Elaboração própria a partir das entrevistas (pergunta 3)

Fig. 78. Inexistência de companhias aéreas de baixo custo para as cidades

O participante do TP traduziu, de forma objetiva, esses impactos reforçando a sua importância da questão anterior (“*se não existissem as low costs não existiriam metade dos hostels*”), sendo que esse impacto implicaria uma redução significativa (ou brutal, como expressado pela *easyJet* ou a AHRESP) de turistas, rotas e passageiros.

Não deixa de ser igualmente interessssante verificar uma posição coincidente entre a CMP e a ATL ao definirem o quanto seria “*difícil imaginar cenários (ou destinos) sem low cost*”.

É possível perceber, igualmente, maiores preocupações no mercado do Norte de Portugal, dada a maior dependência deste modelo de negócio, embora se denote uma maior contenção perante cenários disruptivos, encontrando-se pontes ou argumentos que obviem impactos drásticos. Aliás, o aeroporto do Porto aponta para soluções de transferência de tráfego (com a recuperação das companhias aéreas tradicionais colmatando o “*gap*” e criando novas oportunidades de mercado para estas), enquanto a ATP salienta o esforço de promoção na captação de novos mercados e turistas.

A Tabela 83, na página seguinte, enquadra o resumo das respostas do painel de especialistas (questões 4 a 6), como parte integrante do corpo comum de questões colocadas a todos os participantes.

Tabela 83

Resumo das entrevistas (perguntas 4 a 6)

Tronco Comum (4-6)			
	Q4. Que contributo poderia trazer, para o turismo e hotelaria, a criação de uma base operacional da Ryanair no aeroporto de Lisboa, como já várias vezes veiculado na imprensa?	Q5. Considera que os <i>hostels</i> são (ou podem ser) uma ameaça aos estabelecimentos hoteleiros (hotelaria tradicional)?	Q6. Imagine que as <i>low cost carriers</i> decidiam deixar de operar para as cidades de Lisboa e Porto: que impactos no turismo, na hotelaria tradicional e nos <i>hostels</i> ?
TP	A concorrência é benéfica, mas tem de existir equilíbrio A <i>Ryanair</i> cria mercado, mas também seca mercado. Muito agressiva Lisboa como <i>hub</i> de uma TAP e a sua capacidade já instalada	Ameaça não, mas concorrência sim (tal como existe entre hotéis) É mais um segmento de mercado a trabalhar no alojamento Se os <i>hostels</i> têm sucesso é porque existe procura Estabelecimentos tradicionais terão que se adaptar às novas necessidades dos clientes	Impactes enormes nos <i>hostels</i> e em toda a hotelaria O turista <i>low cost</i> é o de mochila às costas e que não quer gastar dinheiro no transporte
CML			
CMP	Sem quaisquer reflexos	Segmento diferente <i>Hostels</i> como conceito e não como tipologia de alojamento Conceito assente na comunidade, partilha, conhecimento, jovialidade	Democratização das viagens foi muito positivo Crescimento das próprias <i>low cost</i> e do mercado Se saírem outras ocuparão o seu espaço
ATL	Facilidade na operação: <i>timing</i> e rentabilidade Mais voos e mais passageiros Bom para a cidade (exemplo do Porto)	Produto complementar Atraem outro tipo de clientela Enquadramento legal: competem em condições diferentes	Situação seria catastrófica
ATP	Garantir sinergias e tráfego bi-direcional com Lisboa Captação de novas rotas aéreas	Permitiram um turismo mais concorrencial Viajar em função de preços mais atrativos Desenvolvimento do turismo jovem Complemento do alojamento	Captar novas rotas Captar novas companhias aéreas Imprescindíveis para os destinos e destinos necessários para as <i>low cost</i>
TAP Portugal	Deverá se enquadrado no seu modelo de negócio Comportamento predatório onde opera Não será positivo ter uma base da <i>Ryanair</i> (só em aeroporto secundário)	Os <i>hostels</i> são um produto que tem que existir Deverá existir um equilíbrio Regulamentação	Não seria um problema Em Lisboa não se sentiria, visto ser colmatado por outras empresas No Porto seria uma tragédia
Aeroporto de Lisboa	Aumento da base de oferta Procura potencial Resultado muito positivo	Segmentos diferentes Mercado específico	Impacto negativo
Aeroporto do Porto	Sem impacto para o Porto Zona de influência do aeroporto	Fórmulas inovadoras Moda Oferta diferente com um público que gosta desse conceito	Quebra de tráfego Questão meramente académica Descontinuidade para uns é oportunidade para outros
EasyJet	Impacto económico nas rotas Sinergias comunicacionais Todas as companhias acabam por ganhar Impacto tem sido positivo Penetração quota mercado superior à quota de oferta	Não são uma ameaça Diversificação da oferta Complemento aos próprios hotéis Trouxe uma mais valia	Impacto catastrófico Receitas no sector turístico Necessidade de um equilíbrio de taxas entre aeroportos
Ryanair	Já sinalizaram o interesse de Lisboa Falta conectividade de/para a Europa Se os custos aeroportuários baixarem, poderão operar para Lisboa 30 a 40 rotas para Europa e Norte de África	Cada um tem a sua procura baseada no perfil do turista Quem viaja com <i>Ryanair</i> gasta mais no alojamento e no destino <i>Hostels</i> como complemento Concorrência em qualquer mercado é positiva	Uma diminuição drástica de <i>low fares</i> iria "matar" a procura Porto compete com muitas cidades europeias

Tabela 83

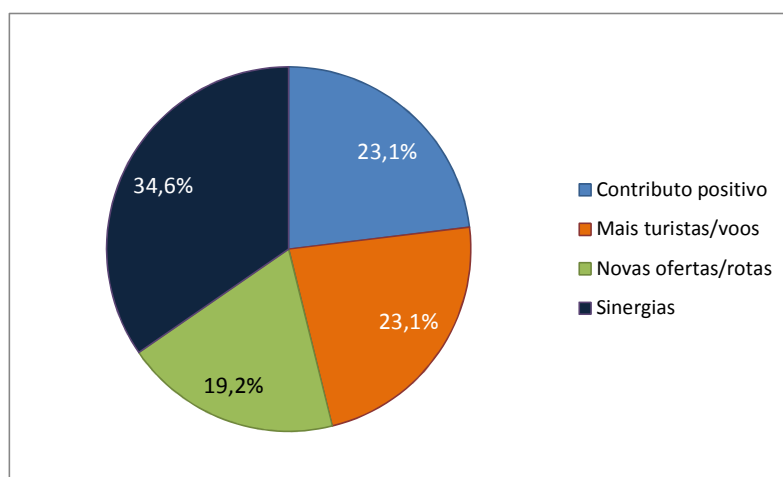
Resumo das entrevistas (perguntas 4 a 6) (continuação)

Tronco Comum (4-6)			
	Q4. Que contributo poderia trazer, para o turismo e hotelaria, a criação de uma base operacional da Ryanair no aeroporto de Lisboa, como já várias vezes veiculado na imprensa?	Q5. Considera que os <i>hostels</i> são (ou podem ser) uma ameaça aos estabelecimentos hoteleiros (hotelaria tradicional)?	Q6. Imagine que as <i>low cost carriers</i> decidiam deixar de operar para as cidades de Lisboa e Porto: que impactos no turismo, na hotelaria tradicional e nos <i>hostels</i> ?
CTP	Impacto importante e significativo	Não ameaças, mas desafios Cumprimento das regras iguais para todos Obrigações diferentes entre hotéis e os outros	Qualquer fonte de receita é bem vinda Impacto negativo nas nossas empresas Equilíbrio entre ganhos e perdas
AHsP	Seria excelente Expetativas dos viajantes Forte impacto em Lisboa	<i>Targets</i> completamente diferentes Questão de preços e por disponibilidade financeira Conhecer gente, conhecer pessoas novas	Impacto gigantesco Mais de metade dos <i>hostels</i> iria fechar
AHRESP	Uma mais-valia bastante grande Custo mais baixo de viagem Aspetos positivos	Conceitos completamente diferentes Interação comunitária Partilhar entre si experiências Regulamentação	Bastante negativo Mercados tradicionais e não tradicionais Fundamental ter esses voos Impacto muito negativo
APHORT	Criar novas rotas Contributo muito positivo Duas bases próximas será complicado	São concorrentes Concorrência desleal Turistas tomam as suas opções	Impacto grande no Porto Lisboa consolidada na aviação tradicional
Hostelworld	Grande ajuda Mais voos, maiores necessidades de alojamento	Produtos diferentes Quem fica nos <i>hostels</i> não usa hotéis	Economia seria nefastamente afetada
IPDT	Mais turistas Mais dinâmica Novas ofertas de lazer, restauração e alojamento	Mercado de livre concorrência Resolver os desafios que são colocados Cumprimento da lei	Capacidade de adaptação das cidades e organizações

Fonte: Elaboração própria

A quarta questão apresenta algumas características peculiares, porque deixou de ser uma questão teórica para se tornar uma realidade (Q4. *Que contributo poderia trazer, para o turismo e hotelaria, a criação de uma base operacional da Ryanair no aeroporto de Lisboa, como já várias vezes veiculado na imprensa*). Como tal, mais do que analisar conjecturas futuras estamos perante uma situação real que permite, assim, contrastar a previsão (na altura) com a realidade verificada e que, mais do que simples voos de/para Lisboa, já culminou com a criação de uma base operacional nesta cidade.

A principal conclusão, óbvia, mostra um contributo positivo (34,6%) dos diferentes intervenientes na amostra para o desenvolvimento do turismo na cidade de Lisboa, com mais turistas transportados, novas rotas e consequentemente mais voos e mais ofertas de oportunidades no mercado europeu.



Fonte: Elaboração própria a partir das entrevistas (pergunta 4)

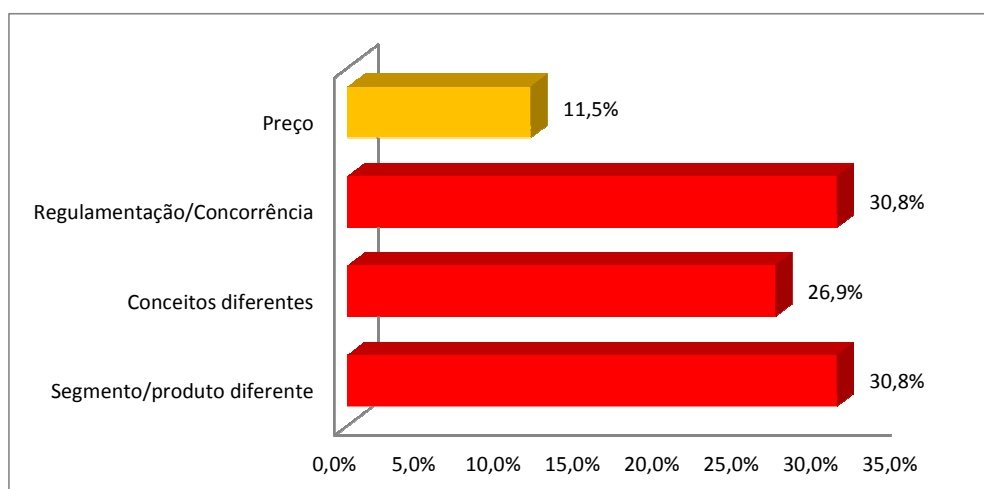
Fig. 79. Criação de uma base operacional da *Ryanair* em Lisboa

Por outro lado, como focado pela ATP, haveria que “*garantir sinergias e tráfego bi-direcional com Lisboa*”, do mesmo modo que a *easyJet* considera que a presença da *Ryanair* traria sinergias ao nível da comunicação do destino, com impacto positivo para todas as companhias aéreas que operam na cidade.

Os vaticínios do aeroporto do Porto e da CMP, alegando que a potencial operação da *Ryanair* em Lisboa não traria quaisquer reflexos ou impactos para a cidade e aeroporto, confirmaram-se com a operação da *Ryanair* nesse aeroporto a manter-se a níveis de ano anteriores.

Por razões inerentes à própria concorrência direta, a TAP mostra-se menos compreensiva com essa hipótese, enaltecendo o comportamento predatório desta empresa nos mercados onde opera. Como mencionado “*A Ryanair tem operado em aeroportos onde mais nenhuma companhia aérea opera, com comportamentos totalmente predatórios, onde fica ou é a única operadora aérea. O seu modelo de negócio não é vender transporte para levar passageiros, mas antes vender passageiros para as empresas de turismo. O seu crescimento tem-se dado à custa da saída de outras empresas do mercado.*”. Situação reforçada pelo TP ao afirmar, em sintonia que “*(...) a Ryanair cria mercado mas também seca mercado, nomeadamente a concorrência.*”.

Olhando para os modelos de negócio diretamente ligados ao alojamento, na quinta questão (Q5. *Considera que os hostels são (ou podem ser) uma ameaça aos estabelecimentos hoteleiros (hotelaria tradicional)*), constata-se que a maioria dos participantes no painel advoga estar-se perante segmentos de mercado diferentes, com o seu público próprio e especificidades próprias. Muita da tónica é colocada na complementaridade de produtos (ATL, ATP, *easyJet*, *Ryanair*) e conceito diferente (CMP, AHRESP).



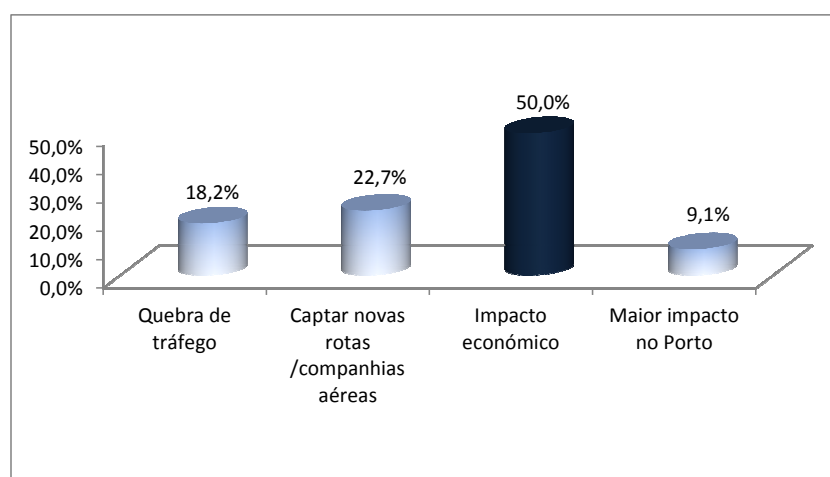
Fonte: Elaboração própria a partir das entrevistas (pergunta 5)

Fig. 80. *Hostels* como ameaça aos estabelecimentos hoteleiros

Como referido pela CMP, “*o alojamento em hostel tem essas características da comunidade, da partilha, do conhecimento, de jovialidade e isso não encontramos nas antigas pensões (só porque compraram uns beliches, já se sentem hostels, mas faltam-lhes todo o conceito relativo a um hostel, desde o acolhimento, à inovação, à atenção com o cliente).* As pessoas não vão dormir para o hostel, as pessoas vão conviver num

hostel.”. Não deixa de ser igualmente relevante transcrever a posição da *Hostelworld*, profunda conhecedora do mercado do alojamento, ao referir que “(...) *they differ in the product they sell. Usually people that use hostels don’t use hotels and vice versa.*”.

A última questão do tronco comum, efetuada a todos os participantes independentemente do seu setor de atividade, coloca em causa um cenário mais agressivo do ponto de vista da utilização das *low cost* no mercado (Q6. *Imagine que as low cost carriers decidiam deixar de operar para as cidades de Lisboa e Porto: que impactos no turismo, na hotelaria tradicional e nos hostels*). Como referido pelo aeroporto do Porto, uma questão que se coloca apenas do “*ponto de vista académico*”. Certo é que existe um sentimento maioritário que, um cenário dessa natureza, teria impactos severos na hotelaria nacional (catastrófico, tragédia, gigantesco, fecho são alguns dos termos utilizados pelos participantes).



Fonte: Elaboração própria a partir das entrevistas (pergunta 5)

Fig. 81. Cidades sem operação *low cost*

A maior preocupação dos inquiridos no painel advém dos impactos económicos negativos para a cidade e região, associados à quebra de tráfego e de turismo. Por outro lado, existem outros intervenientes que advogam que as companhias aéreas tradicionais ocupariam rapidamente esse espaço das *low cost* e que, como tal, esse efeito não se sentiria, em especial em Lisboa onde a operação das companhias aéreas de baixo custo não é dominante. Também no Porto esses efeitos seriam minimizados pois o espaço seria ocupado e/ou representariam uma oportunidade para outras companhias (CMP, aeroporto do Porto).

As perguntas específicas encontram-se nos Anexos 43 a 47. A sistematização das principais ideias retiradas de cada uma das entrevistas, seja no tronco comum ou em todas as perguntas específicas, permite-nos uma visão integrada e segmentada por cada uma das motivações dos entrevistados.

Não deixará de ser igualmente importante olhar para as conclusões das outras questões colocadas aos participantes no painel, embora, nestes casos, mais direcionadas à sua experiência sócio-profissional.

Tabela 84

Perguntas específicas do painel de especialistas

Questão	Descritivo da questão	Principais aspetos a reter
7	Atual legislação traduz as necessidades do mercado dos <i>hostels</i>	Tipologia diferenciada, mas que precisa de enquadramento legal e equidade com outros tipos de alojamento. Necessidade de uma legislação única (e não ao nível municipal) e mais fiscalização. Representam concorrência desleal.
8	Existência de estudos ou elementos que possam caracterizar o mercado dos clientes utilizadores de <i>low cost carriers</i>	Nenhuma entidade consultada (TP, <i>easyJet</i> , <i>Ryanair</i> , <i>AHsP</i> , <i>AHPORT</i> , <i>Hostelword</i>) disponibilizou quaisquer dados, por inexistência ou por serem de uso interno.
9	Injustiça na avaliação do mercado colocando o mérito do desenvolvimento do turismo nas <i>low cost carriers</i> em detrimento da TAP	Modelo de negócio da TAP diferente e capacidade de meios esgotada, mas todas são importantes para desenvolver o turismo. Tem de haver equilíbrio nos diferentes modelos e complementaridade, diversificação e concorrência é saudável.
10	Equilíbrio de apoios poderá levar as <i>low cost carriers</i> a abandonar o mercado ou a reduzir as operações	<i>LCCs</i> muito sensíveis a apoios. Posições divergentes entre aeroportos e associações de turismo (transparência), TAP (subsidiarização das <i>LCCs</i>) e <i>LCCs</i> (custos elevados e apoios em decréscimo).
11	Turismo nos <i>hostels</i> à custa de um turismo <i>low cost</i>	Público diversificado, transversal e utilizador de diferentes modelos. Mercado jovem muito importante, desde <i>backpackers</i> a <i>flashpackers</i> . Cliente sensível ao preço, mas que procura qualidade e experiências, num ambiente informal.
12	Registo histórico dos <i>hostels</i> e estatísticas	Não conta para a estatística oficial. Sondagens telefónicas pontuais para uso interno (CMP).
15	Estudo sobre a procura de clientes utilizadores das <i>low cost carriers</i> nos estabelecimentos hoteleiros	Não existe. ATL com inquérito por mercado e <i>low cost</i> utilizada (no aeroporto).

Fonte: Elaboração própria

As restantes questões, porque direcionadas a objetivos específicos ajudam a caracterizar melhor os fenómenos em estudo e ajudarão a complementar a informação aquando da validação das hipóteses de investigação.

Pelo conhecimento dos participantes e pela profundidade de análise, o estabelecimento de um painel de especialistas ajudou a uma melhor caracterização e sistematização da informação, sendo uma mais-valia para a presente investigação.

Apesar de a AHP não ter acedido à entrevista ou, em alternativa, respondido ao inquérito (mas mostrando-se muito ativa no mercado, na discussão dos aspetos relacionados com a legislação do alojamento local), o que teria sido importante para avaliar aspetos de natureza legal e concorrencial entre modelos de negócio, o leque de informação obtida junto dos vários participantes, mostra consistência e robustez para potenciais conclusões aquando da validação das hipóteses.

8.4. Breve resumo e sistematização dos dados primários

O levantamento de dados efetuado através dos diferentes instrumentos utilizados na observação, permitiu elencar uma série de reflexões inerentes à investigação.

O objetivo principal, ao se abrir o leque de instrumentos utilizados no trabalho de campo, foi avaliar diferentes perspetivas de análise e diferentes modos de olhar, segundo vários prismas, para uma realidade recente.

A relação mais direta entre companhias aéreas de baixo custo e *hostels*, já de si inovadora e com capacidade de relacionar várias variáveis, dando enquadramento à pergunta de partida (*as companhias aéreas de baixo custo contribuíram para o desenvolvimento dos hostels*), ter-se-ia mostrado suficiente para dar cabal satisfação à proposta de investigação em curso. A perspetiva do lado da oferta, confrontada com o lado da procura, permitiu perceber que existe uma forte consonância no mercado entre aquilo que são as expectativas dos clientes e aquilo que os “produtores” conhecem e podem oferecer para ir ao encontro das necessidades desses mesmos turistas.

Os serviços e infraestruturas dos *hostels* estão, como se verificou, totalmente alinhados com aquilo que os turistas mais valorizam, ou seja, a aposta nas novas tecnologias, com *site* próprio ou com utilização de programas de reservas de terceiros, indo ao encontro do modo como muitas das reservas são efetuadas; muitos dos clientes são jovem e as

estatísticas confirmam-no; muitos dos clientes são mochileiros e a bagagem que usam, tal como confirmado por estes, demonstra que valorizam a sua utilização; muitos dos clientes são sensíveis ao preço, quer com gastos diários reduzidos, quer com orçamentos anuais limitados.

No entanto, achou-se oportuno, pela importância que o tema merece, abrir novas vias de investigação confrontando, nesse caso, este novo modelo de alojamento com a hotelaria tradicional, até porque, pela informação existente sobre o tema, mesmo que de natureza jornalística, mostra que as posições nem sempre são convergentes e que alguns tópicos mais fraturantes exigiam um melhor enquadramento.

Além disso, ao se introduzir um novo campo de observação – a hotelaria – e não esquecendo as premissas de base do tema – as companhias aéreas de baixo custo – estavam reunidas as condições para se perceber os impactos que estas têm tido igualmente para a operação hoteleira, ou seja, até que ponto os clientes utilizadores das *low cost carriers* são igualmente utilizadores de alojamento hoteleiro.

No entanto, outros dos principais objetivos era igualmente confrontar as posições da hotelaria e dos *hostels* sobre as verdadeiras ameaças decorrentes desta nova realidade de alojamento e a potencial concorrência entre modelos de negócio.

Os resultados apurados evidenciam situações de compromisso com a aposta em posições mais conciliadoras quanto aos modelos de negócio próprio, sem grande concorrência entre si, mas com “queixas” vincadas quanto às diferenças de exigências legais, fiscais, de segurança, de fiscalização, entre outras situações apontadas que, de *per se*, são motivos de distorção do próprio mercado e de criação de concorrência, não só pelo produto mas, acima de tudo, pelos menores custos e investimentos.

Pela importância que as companhias aéreas de baixo custo representam para o Porto e Norte de Portugal, com investigações já comprovadas a esse nível, optou-se igualmente por perceber o comportamento dos mercados e seus receios face a uma possível “transição” da operação da *Ryanair*, numa aposta na cidade de Lisboa, algo que, algumas vezes se aflorava na imprensa especializada e que seria importante equacionar (situação que, como já enumerado ao longo da investigação, virou realidade, sendo agora interessante contrastar posições assumidas, na altura, face aos impactos atuais no mercado).

Essa situação tinha maior premência e atualidade no mercado dos *hostels*, pelo tipo de serviço prestado em ambos os modelos de negócio, mas não deixava de ser uma preocupação para o mercado do Norte em si, fosse a um nível mais institucional (Câmara Municipal, Aeroporto, Associações de Turismo, entre outras) ou na hotelaria da própria cidade.

Os resultados apurados deixaram transparecer algumas preocupações mais contundentes no Norte de Portugal, com maiores receios quanto à possível transferência de voos para Lisboa e à saída gradual do mercado do Porto, enquanto Lisboa via uma nova oportunidade de negócio, sendo esse maior otimismo registado junto dos *hostels*.

A aposta na consulta de um painel de especialistas, assente em profissionais reconhecidos no mercado, veio dar uma “roupagem” mais estratégica à investigação, tentando-se, por essa via, dar uma maior ligação aos vários temas e abordagens. Se, do ponto de vista mais operacional, os dados coligidos permitiam trabalhar e validar muita da informação recolhida, muita dela, de cariz inovador para a ciência, as perguntas totalmente abertas efetuadas ao painel de especialistas, visavam obter criatividade na interpretação e resposta às questões colocadas e que já tinham sido operacionalizadas nos diferentes questionários aos *hostels*, aos clientes dos *hostels* e aos hoteleiros.

Assim sendo, desde as questões relacionadas com o contributo das companhias aéreas para o desenvolvimento do turismo e, em particular do *hostels*, à ameaça dos *hostels*, à hotelaria tradicional, da potencial abertura de uma base operacional da *Ryanair* e do turismo jovem e mochileiro, foi possível auscultar um leque alargado e diversificado de interlocutores que ajudaram a caracterizar as questões em causa e o tema em si.

Olhando-se para as preocupações acima citadas, consegue-se perceber que os vários instrumentos de observação utilizados permitiram obter um leque exaustivo de informação que, pela sua novidade, trazem uma nova abordagem ao tema, permitindo verificar que:

- ✓ As companhias aéreas de baixo custo tiveram um papel fundamental para o desenvolvimento do turismo nas cidades de Lisboa e do Porto;
- ✓ Os *hostels* souberam aproveitar a oportunidade de um mercado em crescimento, procurando novas apostas e novos modelos de alojamento, percebendo os mercados e segmentos-alvo e as verdadeiras motivações dessa procura para

responder a essas mesmas necessidades (identificação dos serviços mais valorizados, dos canais de distribuição, promoção e de reserva mais utilizados, reconhecimento das limitações orçamentais dos clientes e da valorização do ambiente informal e de contacto com outros turistas, etc.);

- ✓ As cidades de Lisboa e Porto têm sabido atrair um leque crescente de turistas, que as visita pela primeira vez, fruto de recomendações de amigos, da diversidade cultural e do tempo, com níveis de satisfação na visita à cidade ou do *hostel* extremamente elevados;
- ✓ A quase totalidade dos turistas nos *hostels* é estrangeira, utilizando maioritariamente companhias aéreas de baixo custo, sendo extremamente sensíveis à variável preço;
- ✓ A hotelaria tem sabido aproveitar o crescimento das companhias aéreas de baixo custo para Lisboa e Porto, valorizando e reconhecendo o papel que estas têm tido para a procura nas suas unidades, com maior reconhecimento e importância nas categorias mais baixas;
- ✓ A abertura de novas bases operacionais tem representado a criação de mercado novo e não a transferência de turistas ou de voos de mercados já estabelecidos, como se receava com a potencial (na altura) abertura de uma nova base operacional da *Ryanair* em Lisboa;
- ✓ O mercado do alojamento, em geral, tem sabido perceber que os novos modelos de alojamento são alternativas válidas, necessárias para satisfazer um mercado e um cliente que procura um produto específico.

Uma análise mais operacional, ao nível dos decisores quer dos *hostels* quer dos hoteleiros, mostra que será relevante uma análise e uma reflexão cuidada sobre algumas das conclusões a retirar:

- Δ A importância que as companhias aéreas de baixo custo representam para o alojamento nas cidades, sendo vital para os *hostels*, mas com grande representatividade nas categorias inferiores da hotelaria tradicional;
- Δ Os clientes dos *hostels*, mesmo em igualdade de preço, preferem continuar a utilizar este tipo de alojamento em vez de unidades hoteleiras. Se é certo que, na

valorização das preferências, o preço ocupa posição de destaque, com cerca de 45% de respostas dos inquiridos, conhecer outras pessoas, a localização e a informalidade são outros dos motivos valorizados;

- Δ Muitos dos turistas inquiridos (quase 90%) mostra intenções de voltar a visitar as cidades, representando oportunidades futuras de negócio, seja diretamente ou pela capacidade de influenciar outros potenciais turistas (através da recomendação direta, dos *reviews* e/ou de *posts*);
- Δ A maioria dos clientes dos *hostels* são turistas ou estudantes (*erasmus*), não sendo um modelo (ainda) valorizado por homens de negócios;
- Δ A importância da informação e da partilha de informação, enquanto fonte de fidelização de clientes futuros;
- Δ A potencial ameaça e concorrência do modelo *hostel*, não só pela qualidade do produto, mas acima de tudo, pelas diferenças de tratamento e de exigências a cada um dos modelos de alojamento.

As reflexões acima visam, acima de tudo, criar condições para que, de um ponto de vista mais operacional, “*hosteleiros*” e hoteleiros possam maximizar as oportunidades de mercado e criar sinergias para continuarem a merecer a confiança dos seus clientes.

8.5. Validação das hipóteses de investigação

8.5.1. Introdução

Ao longo dos pontos anteriores, procedeu-se a uma análise minuciosa da informação recolhida com a aplicação, onde possível e desejável, de medidas estatísticas de localização e de dispersão, de modo a dar maior consistência aos resultados apresentados.

O objetivo deste ponto será, tendo em atenção as hipóteses apresentadas no capítulo 5, testar essas mesmas hipóteses, relacionando, em primeiro lugar, os aspetos mais conceptuais e, posteriormente, a sua aplicação às cidades de Lisboa e Porto. Por último, validar se existem (ou não) diferenças entre os mercados.

Considera-se, no entanto, essencial resumir os principais passos dados ao longo desta investigação, que ajudarão a enquadrar a temática, a rever e reter os principais aspetos inerentes à própria investigação e os diferentes contributos dados ao setor (sendo que, muitos deles, foram já objeto de enquadramento no ponto anterior).

8.5.2. Síntese e enquadramento de base à validação das hipóteses

A presente investigação visou, acima de tudo, relacionar duas realidades tradicionalmente conotadas com o preço baixo (ou o custo baixo), como são as companhias aéreas de baixo custo e os *hostels*. Por outro lado, estando os *hostels* muito associados ao turismo jovem e aos turistas que viajam com mochilas (*backpackers*), optou-se igualmente por verificar esta relação, ou seja, numa trilogia (bidirecional) entre *LCCs/hostels/turismo jovem*, tentando-se perceber a importância e o impacto das companhias aéreas de baixo custo para os *hostels* e, ao mesmo tempo, se os turistas jovens, enquanto utilizadores dos *hostels*, eram igualmente importantes (“*heavy users*”) para as companhias aéreas de baixo custo.

A pergunta de partida, ou seja, “*as companhias aéreas low cost contribuíram para o desenvolvimento dos hostels*”, deixou evidente, a escassa informação existente e disponibilizada sobre o tema e as dificuldades de se encontrarem pontes ou ligações empíricas que ajudassem a viabilizar esta(s) relação(ões).

A revisão bibliográfica ao nível das companhias aéreas de baixo custo veio mostrar a importância que as mesmas representam para a aviação comercial atual e o peso crescente que ocupam no seio das companhias aéreas regulares, em detrimento do modelo *charter*. Os processos de liberalização, iniciado pelos E.U.A. e acompanhado pela Europa, foram decisivos para o aparecimento e expansão deste modelo de negócio em aviação comercial.

Muitos dos estudos e investigações efetuadas sobre as companhias aéreas de baixo custo mostram a sua componente mais operacional no relacionamento com os aeroportos, políticas tarifárias, tráfego transportado, criação de bases operacionais, entre outros aspetos, esquecendo, muitas vezes, o contributo direto para o turismo. Mesmo assim, alguns dos estudos publicados na relação entre estas duas realidades deixam claro que as companhias aéreas de baixo custo têm tido um papel fundamental para o

desenvolvimento das economias onde se implantam, com especial relevo para o turismo e para a criação de negócios e de emprego.

Se nas operações aéreas de médio curso se caminha para uma “*hibridização*” do mercado, sem grandes diferenças entre as companhias tradicionais e as companhias de baixo custo, nas operações de longo curso das companhias aéreas de baixo custo (*long haul low cost*) começa-se a assistir a uma realidade crescente nas diferentes regiões do globo, com o aparecimento de novas companhias aéreas, colocando, tal como o fizeram nas operações de médio curso, maiores pressões sobre as incumbentes.

Estudos realizados sobre os utilizadores das companhias aéreas de baixo custo evidenciaram uma forte relação com a variável preço, sendo que, muitos dos seus clientes não estariam disponíveis para utilizar a via aérea, caso os preços aumentassem ou não existissem aos níveis atuais. Outras análises, embora menos marcantes, evidenciam igualmente uma relação entre a preferência de alojamento a preços mais acessíveis nos utilizadores das companhias aéreas de baixo custo.

A revisão bibliográfica levada a cabo sobre o turismo jovem evidenciou a importância crescente que este segmento ocupa já hoje no turismo mundial e sobre o seu crescimento futuro, em especial, ao nível dos *millennials*.

As alterações de paradigmas de consumo, fruto de uma tecnologia sempre presente e a incorporação de modelos de partilha (*sharing economy*) tem conduzido a mudanças profundas no modelo de comunicação, de relacionamento social e de relação com o negócio (leia-se modelos de alojamento) que, nalguns casos, se mostram disruptivos com os padrões instituídos.

A transição do modelo de Pousadas de Juventude, assentes inicialmente em regras espartanas e inflexíveis, para os *hostels* independentes, mais flexíveis, com localizações privilegiadas no centro das cidades e contribuindo para a sua reabilitação urbana, apostados em alojamentos de natureza coletiva e fomentando o informalismo e a “*sociabilização*” entre hóspedes, veio trazer grandes alterações sobre os modelos tradicionais de alojamento.

Também em Portugal, fruto da presença das companhias aéreas de baixo custo e dos *hostels* se tem assistido a alterações profundas no mercado. No Porto, a *Ryanair* lidera, relegando a TAP para segundo plano e em Lisboa, fruto do *hub*, a TAP vai mantendo a

sua hegemonia, mas com perdas sucessivas de quota de mercado. A criação de bases operacionais da *Ryanair* e da *easyJet* nas cidades de Lisboa e Porto (além da abertura em outros aeroportos) veio consolidar os fluxos de turismo, para estas cidades, em especial, ao nível dos *short breaks*, contribuindo para um reforço da sua importância regional e nacional.

Do mesmo modo, o aparecimento e desenvolvimento dos *hostels* (mesmo antes do atual quadro legislativo que lhe dá cobertura) veio criar uma nova realidade no alojamento em Portugal, que tem sido alvo de posições bastante dissonantes pelas principais associações do setor hoteleiro. Mais do que as razões de concorrência direta, tem sido a diferença de tratamento e de exigências entre os modelos de alojamento que tem recebido mais críticas, ao nível da regulamentação, da aprovação, da segurança, da fiscalização e da fiscalidade.

Foi perante este quadro que incidiram as preocupações de investigação, traduzidas em diferentes hipóteses de trabalho. Não perdendo de vista a pergunta de partida, tentou-se avaliar, de um ponto mais geral, qual o contributo que as companhias aéreas de baixo custo deram para o desenvolvimento dos *hostels*, assim como, na sua aplicação mais operacional, para as cidades de Lisboa e Porto.

Mesmo tendo em atenção as constatações decorrentes da revisão bibliográfica, dos objetivos e dos dados validados ao nível do aumento da importância das companhias aéreas de baixo custo e do seu contributo para o desenvolvimento do turismo (onde se incluem as cidades de Lisboa e Porto) e do aumento dos *hostels* nestas cidades, o trabalho de campo efetuado incidiu sobre estas realidades visando dar maior robustez à investigação propriamente dita e ao conhecimento desta temática, ainda pouco explorada.

Assim sendo, os instrumentos de observação incidiram sobre os *hostels* quer sobre a oferta (proprietários e diretores dos *hostels*) quer sobre os utilizadores dos mesmos (procura). Se, do lado da oferta, se tentava perceber qual o contributo que as companhias aéreas de baixo custo tinham para a ocupação dos *hostels*, pretendia-se ao mesmo tempo, validar se os *hostels* continuavam a ter a preferência dos turistas jovens, dos *backpackers* ou se os novos padrões mais tecnológicos e os novos modelos de

aviação (em detrimento do *interail*) tinham trazido alterações na tipologia de clientes desses mesmos *hostels*.

Ao se apostar no inquérito junto dos clientes dos *hostels*, além de se responder e validar as questões últimas enumeradas, visava-se perceber, igualmente, qual o meio de transporte preferencialmente utilizado e se as razões para a sua utilização assentava no preço, como em outros estudos já realizados para o efeito, ou seja, até que ponto os clientes dos *hostels*, tradicionalmente (ou não) jovens, mochileiros (ou não), eram utilizadores regulares das companhias aéreas de baixo custo.

A atualidade do tema *hostel* e as alterações havidas na legislação sobre alojamento local (na altura ainda sem a possibilidade de se adotar a terminologia *hostel*), com acesas discussões sobre o impacto deste novo modelo de alojamento, levou a indagar-se, junto da hotelaria, sobre qual o grau de ameaça que este novo modelo de alojamento poderia significar para os hotéis já instalados. No entanto, igualmente relevante era, ao se lançar esse inquérito, apurar igualmente, os impactos decorrentes das companhias aéreas de baixo custo nos próprios hotéis.

Optou-se igualmente, até pela importância e discussão que se verificava sobre estas temáticas, estabelecer um painel de especialistas que permitisse, numa visão mais “macro”, enquadrar alguns dos aspetos focados anteriormente, em especial, no corpo comum do guião de perguntas efetuadas a todos os participantes.

Os diferentes instrumentos permitiram verificar que:

- ❖ Existe uma sintonia e um conhecimento muito profundo dos *hostels* sobre o seu mercado, levando-os a atuar, compreender e valorizar os principais aspetos identificados pelos hóspedes, ao nível do serviço, das infraestruturas, dos preços, das reservas, ou seja, sobre os aspetos mais críticos ao negócio;
- ❖ O perfil do turista nos *hostels*, independentemente das cidades, é jovem, estudante, viaja de avião e com mochila ou *trolley*, preferencialmente em companhias aéreas de baixo custo, faz a sua reserva *online*, já conhece e já utiliza o alojamento *hostel*, privilegia a informalidade e o contacto com outros turistas, é sensível ao preço e não pretende gastar muito dinheiro por dia, valoriza os aspetos tecnológicos, de convívio e de alojamento e escolheu a(s) cidade(s) por motivos de cultura e do tempo, embora influenciado pelas

recomendações de familiares e amigos. É um turista que gostou do *hostel* utilizado e da cidade e espera voltar num futuro próximo utilizando, preferencialmente, o mesmo meio de transporte;

- ❖ Os hoteleiros reconhecem o contributo positivo que as companhias aéreas de baixo custo tiveram para o aumento dos turistas e, consequentemente das taxas de ocupação, nas suas unidades;
- ❖ Quer os *hostels* quer os hoteleiros de Lisboa viram oportunidades de negócio adicional com a criação de uma nova base operacional da *Ryanair* em Lisboa, fruto de mais turistas na cidade. O sentimento dos mesmos interlocutores no Porto era inverso, com grande apreensão pela potencial perda de tráfego, de turistas e transferência de voos do Porto para Lisboa;
- ❖ Quer os hoteleiros ou os *hostels* não se reveem como concorrentes, em função de posicionamentos de mercado diferentes e de segmentos de mercado com motivações diferentes. O maior capital de queixa dos hoteleiros advem das regras diferenciadas e facilitadoras para com o modelo de alojamento local, o que distorce as regras de acesso ao mercado. Em termos gerais, o mercado do Norte mostra-se mais crítico, fruto de um mercado mais concentrado, menor e com maior dependência, entre ambos, dos modelos *low cost*;
- ❖ Os especialistas integrantes do estudo evidenciaram posições, por norma, coincidentes com as apuradas junto dos operacionais, algumas vezes, apostados em posições menos extremadas e mais conciliadoras nas respostas ou entre as partes envolvidas.

O longo levantamento efetuado juntos dos *hostels* e dos seus clientes, junto da hotelaria e de um grupo de especialistas permitiu, igualmente, elencar um quadro conceptual e operacional de dados com importância para a investigação, permitindo:

- ✚ Um melhor conhecimento da operação das companhias aéreas de baixo custo, em especial nas cidades de Lisboa e do Porto;
- ✚ Um melhor conhecimento do modelo de negócio dos *hostels* e dos seus principais aspetos operacionais e comerciais;

- ✚ Um melhor conhecimento do mercado utilizador dos *hostels*, das suas motivações e dos seus padrões de consumo;
- ✚ Um melhor conhecimento da importância das companhias aéreas de baixo custo para o turismo, para os *hostels* e para a hotelaria;
- ✚ Um melhor conhecimento dos clientes dos *hostels* para as companhias aéreas de baixo custo e para a hotelaria, podendo direccionar ações específicas de captação deste segmento de mercado;
- ✚ Um melhor conhecimento das necessidades dos *hostels* e dos seus clientes, dando oportunidade ao poder local e central para adequar ações que vão ao encontro das suas necessidades.

Como se verifica, e como espelhado ao longo desta investigação, o seu contributo inovador irá permitir, aos diferentes *stakeholders*, tirarem ilações que ajudem ao planeamento das atividades e à elaboração de ações de natureza estratégica e tática que ajudem a capitalizar a procura e rentabilizar os investimentos efetuados. Apesar da atualidade do tema, que poderá induzir à sua rápida obsolescência, muitos dos dados, porque primários, ajudarão à tomada de decisão e à melhor fundamentação de ações que criem novas oportunidades de negócio.

8.5.3. Análise e tratamento das hipóteses

A análise e tratamento das diferentes hipóteses tem em consideração as limitações decorrentes da própria amostra e da necessidade de se efetuarem, onde aplicável, testes paramétricos e não paramétricos que, consoante a sua necessidade e validade, ajudem a validar ou rejeitar as hipóteses em estudo.

Hipótese 1 – As companhias aéreas de baixo custo vieram contribuir para o desenvolvimento do turismo

Num ponto de vista mais conceptual, tomando como base de partida os vários estudos já efetuados sobre esta realidade e resumidos na Tabela 6 da presente investigação, podemos afirmar que a mesma é validada.

Efetivamente, autores como Aguiló *et al.* (2007), em destinos espanhóis como Santander, Murcia, Girona e Valladolid; Baum (2004), em destinos como Tours e

Carcassone em França, Lubeck na Alemanha e Newquay em Inglaterra; Bel (2009) em Girona, Espanha; Campilho (2014) no Porto e Norte de Portugal, tal como, Carballo-Cruz e Costa (2014); Graham e Dennis (2010) em Malta; Pulina e Córtes-Jiménez (2010) em Alghero, Itália; Rey *et al.* (2011), em seis comunidades autonómicas de Espanha, entre muitos outros autores, concluíram pela importância que as companhias aéreas de baixo custo vêm representando para o desenvolvimento do turismo nas regiões/áreas onde se implantam.

Olhando-se para a realidade das cidades de Lisboa e Porto, sendo que, nesta última cidade, já existe um leque de informação trabalhada sobre o comportamento e a importância das companhias aéreas de baixo custo, conclui-se igualmente pela validade da hipótese.

As respostas decorrentes do questionário efetuado (pergunta 26), em pergunta aberta, de modo a dar maior capacidade de análise aos promotores dos *hostels* – e resumidas na Tabela 52 – evidenciam uma forte relação direta entre o contributo dado pelas companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo nas cidades de Lisboa e Porto.

Apesar dos diferentes argumentos apresentados pelos participantes no estudo, todos eles giram à volta do contributo positivo (mais turistas, mais tráfego, mais voos, preços mais baixos) não havendo, quer em Lisboa quer no Porto, opiniões dissonantes quanto à importância destas companhias para o desenvolvimento do turismo.

Do mesmo modo, olhando-se para a “visão” dos hoteleiros, através da tabela de contingências⁶¹ (tabulação cruzada) da pergunta 4 do questionário (pergunta fechada), dados estes já igualmente espelhados na Figura 71, existe igualmente uma aferição positiva quanto ao contributo das companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo em Lisboa e Porto.

Como referido na presente investigação “*Não deixa de ser relevante salientar, igualmente, que nenhum dos participantes na amostra considera que as companhias aéreas de baixo não tiveram qualquer contributo para o desenvolvimento do turismo na*

⁶¹ Os testes de independência encontram-se no Anexo 48.

cidade.”, o que atesta igualmente a importância destas companhias para o turismo nas cidades referidas.

Tabela 85

Contributo das LCCs para o desenvolvimento do turismo – tabela de contingências

			Cidade Hotelaria		Total
			Lisboa	Porto	
Contributo	Pouco	Contagem	3	1	4
	Relevante	% do Total	2,3%	0,8%	3,1%
	Ligeiramente	Contagem	30	1	31
	Importante	% do Total	23,1%	0,8%	23,8%
	Muito	Contagem	54	25	79
	Importante	% do Total	41,5%	19,2%	60,8%
	Decisivo	Contagem	8	6	14
		% do Total	6,2%	4,6%	10,8%
	Outro	Contagem	2	0	2
		% do Total	1,5%	0,0%	1,5%
Total		Contagem	97	33	130
		% do Total	74,6%	25,4%	100,0%

Fonte: Elaboração própria através de dados trabalhados em SPSS

Além dos dados recolhidos nas várias amostras anteriormente citadas, também o painel de especialistas se mostra favorável a esta constatação. Alguns participantes são perentórios nesta relação direta: “o contributo foi enorme. Basta ver o peso dos números que, do ponto de vista quantitativo, falam por si” (TP); “o contributo dado, é, por isso, bastante positivo e ajudou a promover novos mercados e novos públicos (...)” (CMP); “há que reconhecer, sem grande dificuldade, que foi um contributo extremamente importante. O número de turistas, desde que as low cost carriers começaram a voar para Lisboa, aumentou exponencialmente” (ATL); “as low cost carriers tiveram um grande contributo e foram impulsionadoras para o aumento do turismo na cidade do Porto e da região Norte de Portugal” (ATP); “(...) no Porto é decisivo e que em Lisboa a presença das low cost tem um contributo importante” (TAP); “(...) as low cost foram responsáveis, efetivamente, com um grande acréscimo do volume de passageiros, em Lisboa (...)” (aeroporto de Lisboa); “com as low cost o aeroporto do Porto passou, em termos globais, dos 3 milhões para os 6 milhões de passageiros. (...) são mais 3 milhões de pessoas a voar para o Porto, são muitos turistas a visitar o Porto que, de outra maneira, nunca visitariam” (aeroporto do Porto); “(...) o contributo tem sido bastante

positivo” (easyJet); “(...) as low cost foram uma das melhores soluções e dos melhores contratos que se fizeram para o crescimento do turismo. (...) assistimos a um grande crescimento, mais a Norte, que está muito relacionado com os operadores low cost (...)” (AHRESP); “(...) são perspectivas muito boas, continuando-se a sentir que esse número de turistas aumenta” (APHORT); “ajudou a democratizar o acesso dos turistas aos destinos e a dinamizar os aeroportos regionais” (IPDT). Os restantes, por razões de respostas mais evasivas ou focadas no seu setor de atividade, não se mostraram, contudo, contrários a este tipo de conclusão.

Se é certo que a questão de base formulada vai ao encontro de muitos estudos já elaborados sobre a importância das companhias aéreas de baixo custo para o turismo, é igualmente válido, que a presente investigação considera, neste caso, interlocutores que, por norma, não participaram em anteriores estudos, como é o caso dos responsáveis dos *hostels*. Neste caso, a um modelo de gestão de transporte aéreo assente e tradicionalmente reconhecido por preços baixos, juntou-se a opinião daqueles que, como ficou demonstrado no tratamento da informação primária e de dados secundários, estão igualmente conotados com um modelo de alojamento de preços baixos.

Mas igualmente importante foi saber o que aconteceria caso as companhias aéreas de baixo custo não voassem para as cidades ou, em cenários mais agressivos, optassem por abandonar estas cidades (perguntas 37 e 38 do questionários dos *hostels*; pergunta 14 do questionário da hotelaria e perguntas 3 e 6 do tronco comum do questionário feito ao painel de especialistas).

E a situação descrita, veio dar mais força a esta vertente de análise, revelando níveis de preocupação adicional, caso as companhias aéreas de baixo custo não operassem ou abandonassem a operação nas cidades, embora se denote, nestes casos, respostas mais equilibradas face a cenários extremos (e que o aeroporto do Porto apelidou, como já referido anteriormente, de “*mera hipótese académica*”).

Quando questionados os *hostels* sobre o que aconteceria para o turismo e hotelaria da respetiva cidade (isolando-se os impactos juntos dos *hostels*, a questionar em momento posterior) se as companhias aéreas de baixo custo deixassem de operar, os resultados mostram um cenário bastante pessimista, com impactos ao nível da redução de procura, das dormidas, das vendas, da ocupação e do fecho de unidades e falências, o que, em

termos agregados corresponde a mais de 85% das respostas dos participantes em ambas as cidades.

Mesmo na hotelaria, em cenários mais severos, as preocupações são elevadas, em especial no Porto, onde 87,8% dos hoteleiros inquiridos considera que haveria uma grande perda de turistas (70,1% em Lisboa), com 10 dos hoteleiros (7 em Lisboa e 3 no Porto) a preverem que, essa situação, seria um autêntico desastre para a hotelaria das cidades.

Existe igualmente uma forte perceção negativa nas diferentes respostas dos intervenientes no painel, em que haveria uma redução do volume de turistas (ATL, aeroporto de Lisboa, *easyJet*, *Ryanair*, AHRESP), sendo essa redução mais sentida no mercado de *short breaks* (ATL, AHsP).

Mesmo assim, alguns dos seus participantes mostraram-se menos pessimistas, embora realçando os impactos negativos, mas que seriam compensados pelas oportunidades geradas pelas companhias aéreas tradicionais que iriam atenuar essa perda de mercado (CMP, ATP, aeroporto do Porto, IPDT) ou uma menor dependência desse mercado (TAP).

Em cenários de abandono de mercado, as posições mostram-se mais extremadas (“*impacto gigantesto*” – TP; “*seria catastrófico*” – ATL, *easyJet*; “*no Porto seria uma tragédia*” – TAP; “*impacto muito negativo*” – AHRESP; “*economia seria severamente afetada*” – *Hostelworld*). No entanto, tal como em cenários menos pessimistas, nota-se que alguns dos interlocutores apostam em que o mercado saberá criar oportunidades e criar pontes para que, caso esse cenário se verificasse, os impactos fossem minimizados (CMP, ATP, aeroporto do Porto, IPDT). Como expresso pela CMP, “*se não existissem (as LCCs) saberíamos encontrar alternativas para potenciar o Porto como destino turístico internacional*”.

Outras respostas, mais conciliadores e mais “qualitativas” e estratégicas não avaliam, de forma objetiva, as questões formuladas (CTP, APHORT) embora reconhecendo que, estas situações, trariam impactos disruptivos para a economia e para as cidades.

Deste modo, olhando-se para o universo de participantes na investigação (*hostels*, hotelaria e painel de especialistas) existe uma (quase) unanimidade na validação do contributo dado pelas companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do

turismo nas cidades de Lisboa e Porto, à semelhança de outros estudos já realizados de forma mais autónoma.

No entanto, igualmente relevante – e, neste caso, com menor investigação científica, foi perceber o que aconteceria num cenário “*opting out*”, sendo que, também neste caso, embora com maiores reservas na cidade do Porto, as respostas e os dados apurados apontam para situações de consenso, reforçando a importância destas companhias para o turismo.

Assim, considera-se esta hipótese devidamente validada.

Hipótese 2 – As companhias aéreas de baixo custo vieram contribuir para o aparecimento e crescimento dos *hostels*

Como se pôde constatar ao longo da investigação, não foi possível recolher e sistematizar quaisquer conclusões sobre esta afirmação, em especial pela falta de informação conceptual e operacional que ajudasse a explicar e validar a presente hipótese.

A informação existente e trabalhada por alguns dos investigadores referidos respeita, quase sempre, a incursões pontuais sobre o impacto da variável preço e a preferências por modelos de alojamento de categoria mais baixa, como é o caso dos *price sensitive travellers* no estudo de Martinez-Garcia e Royo-Vela (2010) que valorizam preços baixos e alojamento de categoria inferior. O’Connell e Williams (2005) referiram, de forma categórica, que os passageiros da companhia aérea de baixo custo na Ásia (*Air Asia*) preferiam estalagens, pensões residenciais e *hostels* (49%), mas sem identificar qual a percentagem individualizada utilizada em cada um destes alojamentos.

Deste modo, não é possível, face aos dados e investigações existentes, validar, do ponto de vista mais conceptual, a hipótese definida.

Na sua aplicação às cidades de Lisboa e Porto, e tendo em atenção a pergunta 27 do questionário dos *hostels* (*Considera que o aparecimento dos hostels na cidade está relacionado com o desenvolvimento das low cost carriers para a cidade?*), verifica-se, como espelhado na página 345, que 93,8% das respostas dos inquiridos no Porto respondem afirmativamente a esta questão, sendo o seu número mais baixo na cidade de Lisboa (66,7%, mesmo assim, um valor significativo de concordância com o solicitado).

A aplicação de testes para a verificação da normalidade da distribuição, tendo em atenção a dimensão da amostra ($n < 50$) passou pela aplicação de testes de aderência de *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* e *Shapiro-Wilk (S-W)* à distribuição normal (Laureano, 2011, p. 95).

Tabela 86

Teste não paramétrico de *Kolmogorov-Smirnov* e *Shapiro-Wilk*, por cidade – *hostels* (aparecimento dos *hostels*)

	Cidade	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
Aparec. <i>hostels</i>	Lisboa	0,423	27	,000	0,597	27	,000
	Porto	0,536	16	,000	0,273	16	,000

a. Correlação de Significância de Lilliefors

Fonte: Retirado do SPSS

Deste modo, uma vez que o teste *S-W* mostra que a normalidade não se verifica e não sendo possível a aplicação do teste paramétrico de *T-Student*, atendendo à dimensão da amostra ser demasiado pequena, utilizou-se, conforme Pestana e Gageiro (2000, p. 315) o teste alternativo de *Mann-Whitney*. Como refere Laureano (2011), o teste aplica-se quando se pretende testar a igualdade de duas distribuições populacionais, sendo utilizado como alternativa ao teste *t* (paramétrico) para a igualdade de duas médias de amostras independentes (p. 134).

A aplicação do teste não paramétrico de *Mann-Whitney* sobre estas amostras (Lisboa/Porto), no que se refere ao aparecimento dos *hostels*, permite concluir que existem diferenças estatisticamente significativas, quanto ao aparecimento dos *hostels*, entre as cidades de Lisboa e Porto ($U=157,500$; $p < 0,05$).

Tabela 87

Teste não paramétrico de *Mann-Whitney*, por cidade – *hostels* (aparecimento dos *hostels*)

Questão	Cidade	Média	Desvio Padrão	<i>Mann-Whitney</i> U	<i>Wilcoxon</i> W	Z	Sig.
Aparecimento dos <i>hostels</i>	Lisboa	0,67	0,480	157,500	535,500	-2,008	0,045
	Porto	0,94	0,250				

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Também no lado da hotelaria foi colocada idêntica questão (pergunta 6), com a maioria dos hoteleiros no Porto (75,7%) e de Lisboa (69,1%) a considerarem que existe uma relação direta entre as companhias aéreas de baixo custo e o aparecimento dos *hostels* nas cidades. A tabela de contingências encontra-se no Anexo 49 e as variáveis mostram-

-se independentes (Anexo 50), não existindo evidências estatísticas para se afirmar que o aparecimento dos *hostels* está relacionado com as companhias aéreas de baixo custo.

A tabela abaixo mostra, neste caso, que do ponto de vista dos hoteleiros, não existem diferenças estatisticamente significativas entre as cidades de Lisboa e do Porto, no que se refere ao aparecimento dos *hostels* nas cidades.

Tabela 88

Teste não paramétrico de *Mann-Whitney*, por cidade – hotelaria (aparecimento dos *hostels*)

Questão	Cidade	Média	Desvio Padrão	<i>Mann-Whitney</i> U	<i>Wilcoxon</i> W	Z	Sig.
Aparecimento dos <i>hostels</i>	Lisboa	0,69	0,465	1 493,500	6 246,500	-0,727	0,467
	Porto	0,76	0,435				

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Não deixa de ser importante realçar que os testes efetuados aos titulares dos *hostels* e aos hoteleiros nas cidades se mostram contrários, o que, aponta para algumas fragilidades quanto à validação da hipótese.

Olhando-se para os participantes do painel de especialistas é igualmente possível conjugar posições de forte relação destas realidades, embora se denotem maiores discrepâncias nas posições assumidas: *“as low cost trouxeram novos segmentos de mercado que, até ali, não existiam. (...) não foram só as low cost mas também derivado desse novo tipo de público que veio querer visitar o país e as cidades (short break) às quais a oferta se adequou”* (TP); *“(...) foi esse conjunto de oportunidades, que se juntaram, e que permitiu esse crescimento”* (refere-se a *erasmus*, *low cost carriers*, novos *interactive travelers* e também a um aeroporto fantástico e a uma mobilização dos agentes da região) (CMP); *“acredito que uma coisa tenha a ver com outra e que, low cost e hostels, se tenham ajudado mutuamente na criação de clientela”* (ATL); *“(...) não vejo que uma coisa tenha de estar ligada à outra. Estamos a falar de segmentos de mercado diferentes. (...) já existiam hostels muito antes da easyJet ter criado a sua base em Lisboa”* (aeroporto de Lisboa); *“os hostels têm aquela característica low cost”* (aeroporto do Porto); *“concordo plenamente que o desenvolvimento dos hostels se deveu às low cost (...)”* (*easyJet*); *“não só mas também”* (AHsP; APHORT); *“está diretamente ligado mas não será a única causa”* (AHRESP).

Tal como na hipótese anterior, cenários mais agressivos de inexistência de operações ou saída do mercado das companhias aéreas de baixo custo iriam igualmente ter impactos

negativos nos *hostels*. Nestes casos, algumas posições transmitem, de forma clara, esses impactos: “(...) *se não existissem as low cost não existiriam metade dos hostels.*” (TP); “*without low cost flights (...) tourism industry would suffer in Porto and also hostels and hotels not only in Porto but also in the North of Portugal.*” (Ryanair); (...) *mais de 50% das unidades de hostels, sem dúvidas nenhuma, iria fechar.*” (AHsP);

No entanto, tal como para os impactos no turismo, as posições assumidas no Porto mostram-se, quase sempre, mais conciliadoras (CMP, ATL, IPDT), minimizando impactos extremos decorrentes de efeitos de substituição de tráfego entre modelos de negócio.

Deste modo, a hipótese não pode ser validada dada a fragilidade da informação por cidade. Se é certo que, do ponto de vista quantitativo existe robustez nas respostas, quer junto da oferta *hostel* quer junto da hotelaria, embora com diferenças estatísticas significativas entre cidades, como analisado através do teste não paramétrico de *Mann-Whitney*, é certo também que não existe um consenso generalizado quanto ao painel de especialistas.

Hipótese 3 – Os clientes dos *hostels* preferem voar nas companhias aéreas de baixo custo

Com a presente hipótese pretende-se verificar qual a adequabilidade da utilização de um meio de transporte tradicionalmente conotado com baixo custo, ou seja, até que ponto existe uma relação direta entre a utilização de transporte *low cost* associado a um alojamento igualmente *low cost*. O teste de independência encontra-se espelhado no Anexo 51.

A tabela de contingências apresentada na página seguinte, tal como já espelhado na Tabela 59 (Lisboa) e Anexo 37 (Porto) na análise por cidade, evidenciam que as companhias aéreas de baixo custo são, efetivamente, o principal meio de transporte utilizado maioritariamente pelos turistas utilizadores dos *hostels*.

Mais do que a utilização das companhias aéreas de baixo custo, que representam globalmente 46,8% da totalidade dos meios de transporte utilizados, é importante constatar que a via aérea é responsável por mais de 80% das deslocações de/para Lisboa e/ou Porto.

Tabela 89

Meio de transporte utilizado pelos turistas

			Cidade Procura		Total
			Lisboa	Porto	
Meio de transporte utilizado entre o País e a cidade (Lisboa ou Porto)?	Companhia aérea tradicional	Contagem % do Total	131 19,80%	81 12,20%	212 32,00%
	Comboio	Contagem % do Total	23 3,50%	21 3,20%	44 6,60%
	Aluguer de viatura	Contagem % do Total	3 0,50%	2 0,30%	5 0,80%
	Motorizadas/ Bicicletas	Contagem % do Total	4 0,60%	2 0,30%	6 0,90%
	Autocarro	Contagem % do Total	22 3,30%	8 1,20%	30 4,50%
	Companhia aérea de baixo custo	Contagem % do Total	156 23,50%	154 23,20%	310 46,80%
	Carro particular	Contagem % do Total	12 1,80%	17 2,60%	29 4,40%
	Boleia	Contagem % do Total	3 0,50%	0 0,00%	3 0,50%
	Outro	Contagem % do Total	1 0,20%	1 0,20%	2 0,30%
	Comp. tradicional. + Comp. aérea baixo custo	Contagem % do Total	13 2,00%	9 1,40%	22 3,30%
	Total		368	295	663
			55,50%	44,50%	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Certo é, como os dados acima demonstram e tal como já evidenciado na tabela e anexo citados, existe uma maior utilização das companhias aéreas tradicionais na cidade de Lisboa (35,6%, aproximando-se dos 42,4% dos turistas utilizadores das *LCCs*), fruto do posicionamento da TAP nesta cidade e da sua maior rede de exploração, do *hub* nela instalado e de ligações diretas de outras companhias aéreas à capital.

No caso do Porto, mais de 50% dos turistas (52,2%) são utilizadores de companhias aéreas de baixo custo. O teste de correlação de *Spearman* (o *rho* de *Spearman* mede a associação entre as ordenações (*rankings*) das duas variáveis – Laureano, 2011, p. 125), mostra que a associação é muito baixa, apesar da relação entre estas realidades ($\rho=0,097$; $p\text{-value}=0,012$).

Aliás, olhando-se igualmente para as respostas do painel de especialistas, verifica-se que existem algumas posições divergentes quanto à maior utilização das companhias aéreas de baixo custo pelos utilizadores dos *hostels*. Como se constata por algumas afirmações abaixo, “*Esse é outro mito urbano em relação às low cost e aos passageiros das low cost.*” (ATL); “*(...) o turista jovem não significa obrigatoriamente turismo low-cost.*” (ATP); “*(...) público jovem não consome só hostels e avião de preço baixo. Não é*

só a *low cost* que traz passageiro que pagou bilhete barato, como nem todo o bilhete de *low cost* é de preço baixo.” (TAP); “(...) cada vez menos as *low cost* são usadas pelos *backpackers*.” (aeroporto do Porto), ou seja, existe uma forte opinião que os clientes dos *hostels* são utilizadores de outros meios de transporte, além das companhias aéreas de baixo custo, que não ficam forçosamente em alojamento barato e que não têm que ser igualmente apenas jovens.

Mesmo assim, a avaliação da sensibilidade dos proprietários dos *hostels* quanto ao meio de transporte utilizado pelos seus clientes, resultados apresentados na Tabela 51, mostra, mais uma vez, que 77% dos clientes no Porto têm origem nas companhias aéreas de baixo custo, valor que desce para os 66,9% na cidade de Lisboa.

Tal como para os turistas, também para os proprietários dos *hostels*, existe uma forte convicção de que os seus clientes são utilizadores das companhias aéreas de baixo custo sendo, em ambos os casos, essa realidade mais vincada no mercado do Norte, onde essas companhias têm maior presença.

Esta situação levou, mais uma vez, à elaboração de testes não paramétricos, cujos resultados, como evidenciados abaixo, mostram diferenças estatisticamente significativas entre as cidades de Lisboa e do Porto ($U=48\,590,00$; $p<0,05$), com os testes de *Kolmogorov-Smirnov* e *Saphiro-Wilk* a evidenciarem a não verificação da condição de normalidade ($K-S: \text{Sig.}=,000$; $S-W: \text{Sig.}=,000$).

Tabela 90

Teste não paramétrico de *Mann-Whitney*, por cidade – transporte utilizado

Questão	Cidade	Média	Desvio Padrão	<i>Mann-Whitney</i> U	<i>Wilcoxon</i> W	Z	Sig.
Meio de transporte	Lisboa	4,11	2,748	48 590,000	116 486,000	-2,497	0,013
	Porto	4,51	2,604				

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Como tal, se é certo que existe validade quanto à utilização maioritária das companhias aéreas de baixo custo pelos clientes dos *hostels*, como os dados assim atestam e como reconhecido pelos responsáveis dos próprios *hostels*, não existe validade quanto a comportamentos idênticos em ambas as cidades, pelo que, neste âmbito a proposta deverá ser rejeitada.

Se se olhar igualmente para a conjugação da pergunta 24 do questionário dos turistas (*se pretender visitar a cidade qual será o meio de transporte a utilizar?*), verifica-se que a maioria dos utilizadores das companhias aéreas de baixo custo continuará a utilizar o mesmo meio de transporte, com reforço da opção por companhia aérea de baixo custo.

Se, no caso das companhias aéreas de baixo custo a opção por companhias aéreas tradicionais é quase nula, a inversa mostra uma forte aderência ao modelo de *low cost carrier*. Também na utilização de outros modelos de transporte a opção por companhias aéreas de baixo custo é significativa.

Tabela 91

Meio de transporte a utilizar em futura deslocação à cidade

Meio de transporte a usar em futura deslocação	LCC		FSC		Outros meios de transporte	
	Lisboa (97)	Porto (154)	Lisboa (80)	Porto (81)	Lisboa (110)	Porto (60)
Mesmo meio de hoje	76	115	39	46	46	20
Companhia aérea de baixo custo (LCC)	-	-	23	19	33	19
Companhia aérea tradicional (FSC)	2	5	-	-	6	3
Viatura própria	2	4	0	0	1	4
Não relevante	14	26	13	12	18	10
NS/NR	3	4	5	4	6	4

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas (pergunta 24)

Optou-se, pela importância para o tema, por testar igualmente outras relações, mesmo que indiretas, para verificar o grau de aderência de outras realidades. Deste modo, verificou-se se os meios de transporte utilizados tinham alguma relação com a idade, uma vez que, a utilização de um público jovem nos *hostels* poderia condicionar e enviesar os resultados obtidos.

O teste de correlação de *Spearman* mostra que não existem evidências estatísticas para se afirmar que a idade e o meio de transporte utilizado estejam relacionados ($\rho = -0,015$; $p\text{-value} > 0,05$).

Tabela 92

Teste de correlação de *Spearman* - transporte utilizado / idade

Correlações			Meio de transporte utilizado	Idade
rho de Spearman	Qual a intenção do meio de transporte utilizado entre o seu país e a cidade (Lisboa ou Porto)?	Coefficiente de Correlação	1,000	-,015
		Sig. (2 extremidades)	.	,783
		N	663	362
	Idade	Coefficiente de Correlação	-,015	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,783	.
		N	362	366

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Do mesmo modo, a relação entre o meio de transporte utilizado e o rendimento anual espelhou que não existem relações estatisticamente significativas entre estas variáveis ($\rho=0,04$; $p=0,943$).

Quando confrontada a relação dos utilizadores das companhias aéreas de baixo custo com a idade e o rendimento, pode-se constatar relevância estatística entre as várias variáveis, o que vem reforçar a importância deste modelo de transporte para os clientes mais jovens e de rendimento mais limitado ($\rho=0,112$; $p<0,05$, entre *LCCs* e rendimento e $\rho=-0,149$; $p<0,05$, entre *LCCs* e idade).

Tabela 93

Teste de correlação de *Spearman* – *LCCs* / rendimento / idade

Correlações			Renda (por ano)	Idade	Companhia aérea de baixo custo
rho de Spearman	Renda (por ano)	Coefficiente de Correlação	1,000	-,039	,112*
		Sig. (2 extremidades)	.	,322	,040
		N	668	662	334
	Idade	Coefficiente de Correlação	-,039	1,000	-,149**
		Sig. (2 extremidades)	,322	.	,006
		N	662	662	331
	Companhia aérea de baixo custo	Coefficiente de Correlação	,112*	-,149**	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,040	,006	.
		N	334	331	335

*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Deste modo, pode-se considerar que existe uma relação na utilização maioritária das companhias aéreas de baixo custo pelos clientes dos *hostels*, tradicionalmente jovens e com rendimentos limitados, mas cuja relação estatística revela fragilidades de associação entre variáveis.

No entanto, como já mencionado anteriormente, não existe validade quanto a padrões idênticos de utilização das companhias aéreas de baixo custo em ambas as cidades, em grande parte, devido à concentração de meios da TAP no seu *hub* de Lisboa e a uma maior concentração da operação *low cost* na cidade do Porto.

Hipótese 4 – O turismo jovem é essencial para os *hostels*

Muita da investigação já desenvolvida e apresentada ao longo do capítulo 4 e ponto 6.7., veio demonstrar a relação direta entre o turismo jovem e o seu contributo ou preferência pelos *hostels* ou outro tipo de *budget accommodation*, como foram os estudos de Dubin (2003), Firth e Hing (1999), Moisa (2010b), Nash *et al.* (2006) e O’Connell e Williams (2005).

Em termos nacionais, as investigações levadas a cabo por Abrantes (2013), Oliveira-Brochado e Gameiro (2013) ou Saraiva (2013), evidenciam a importância do turismo jovem para este tipo de alojamento.

A informação retirada da Tabela 58, e sumarizada abaixo, mostra que a quase totalidade dos turistas tem menos de 34 anos – quase sempre rotulados de *millennials*, de acordo com Barton *et al.* (2014) ou Lee (2013). Mesmo assim, não deixa de ser importante o volume de turistas na faixa entre os 35 e os 50 anos, ou seja, os *flashpackers* com os “trinta e poucos”, como rotulados por Hannam e Diekmann (2010).

Tabela 94

Caracterização da amostra – idade dos inquiridos (turistas dos *hostels*)

Caracterização da amostra	Lisboa (frequência)	Porto (frequência)	Lisboa <i>Valid</i> <i>Percent</i> (%)	Porto <i>Valid</i> <i>Percent</i> (%)
Idade				
<15 anos	4	2	1,1	0,7
15-24 anos	157	123	42,9	41,6
25-34 anos	174	132	47,5	44,6
35-50 anos	28	24	7,7	8,1
51-64 anos	2	11	0,5	3,7
>65 anos	1	4	0,3	1,4

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários dos turistas (pergunta 25). Retirado do Anexo 47

Essa mesma percepção é obtida do lado da oferta confirmando que a maioria dos clientes recebidos nos *hostels* tem idades até 34 anos (81,3% em Lisboa e 77,7% no Porto). No entanto, para a maioria dos proprietários dos *hostels*, a maioria dos clientes estará no intervalo entre os 16 e os 24 anos (59,8% em Lisboa e 56,6%), o que contrasta com o maior equilíbrio obtido junto da procura.

Mais uma vez, o painel de especialistas mostra-se novamente dividido nas suas opiniões, com muitos dos participantes a considerar que os *hostels* são hoje transversais

na sua procura e utilização. Como se verifica, pelas afirmações do painel de especialistas, “*Há o jovem que está em viagem mas não só*” (TP); “*Se não existissem os hostels talvez não existisse tanta juventude (...)*” (ATP); “*(...) não há só mochileiros como também existem outros segmentos. (...) importa desmistificar a associação dos mochileiros às low cost e vice-versa.*” (aeroporto de Lisboa); “*Maioritariamente sim, embora não os relacione diretamente com os young travellers/backpackers (...)*” (easyJet); “*O turismo jovem é hoje transversal aos vários tipos de alojamento.*” (CMP); “*(...) público jovem não consome só hostels e avião de preço baixo*” (TAP); “*Uma grande parte sim, tem a ver com este turismo jovem. Tem a ver com a idade e com a predisposição para este tipo de experiências. Existe um público-alvo de uma faixa etária mais reduzida.*” (AHRESP); “*Yes, definetly*” (Hostelworld); “*Definitivamente não, (...)*” (IPDT).

Não deixa de ser importante realçar estas duas últimas citações anteriores pela divergência total entre si, o que é sintomático da ainda frágil consolidação da informação sobre o tema em Portugal.

A elaboração de testes não paramétricos, mostram, no entanto, que globalmente e do lado da procura, não existem diferenças estatisticamente significativas entre as cidades de Lisboa e Porto, no que à idade respeita ($U=51606,500$; $p>0,05$), com os testes de normalidade a não se verificarem ($K-S$: Sig.=,000; $S-W$: Sig.=,000). O teste de qui-quadrado de independência mostra que as variáveis são independentes ($\chi^2_{(7)}=9,003$; $p\text{-value}=0,252$).

Tabela 95

Teste não paramétrico de *Mann-Whitney*, por cidade – Idade

Questão	Cidade	Média	Desvio Padrão	<i>Mann-Whitney</i> U	<i>Wilcoxon</i> W	Z	Sig.
Idade	Lisboa	2,64	0,686	51 606,500	118 767,500	-1,153	0,249
	Porto	2,77	0,861				

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Também nesta hipótese se efetuaram testes com outras variáveis, nomeadamente relacionando-se a idade com o rendimento, com o gasto diário, com o tipo de bagagem e com o tipo de reserva.

A informação resumida na tabela seguinte evidencia que, para todas elas, não existem diferenças estatisticamente significativas entre as variáveis.

Tabela 96
Rho de Spearman – Idade

Variáveis	Coefficiente de correlação	Sig.
Idade/Rendimento (ano)	-,039	,322
Idade/Gasto médio	-,010	,798
Idade/Tipo de bagagem	-,009	,817
Idade/Tipo de reserva	-,021	,592

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

O teste igualmente efetuado à relação entre idade/rendimento anual e gasto diário mostrou o mesmo comportamento que os apurados na tabela supra.

Deste modo, se é evidente que o turismo jovem é essencial para os *hostels*, como evidenciado, acima de tudo pelos resultados obtidos junto dos seus utilizadores e, globalmente, junto da oferta, com comportamentos idênticos em ambas as cidades, não existe a mesma robustez perante o painel de especialistas.

Ao se querer caracterizar, através da idade, algumas das relações consideradas mais óbvias (rendimento, gasto diário, tipo de reserva e tipo de bagagem utilizado, na relação direta com *backpacking*), verifica-se que os resultados demonstram a evidência estatística dessas relações, com a hipótese a ser validada.

Hipótese 5 – Os *hostels* não são uma ameaça para a hotelaria

Pela atualidade do tema, fruto de inúmeras intervenções, entrevistas e artigos de opinião analisados ao longo da investigação, optou-se igualmente por considerar uma hipótese que tentasse relacionar os *hostels*, enquanto novo modelo de alojamento, com a hotelaria tradicional, enquanto alojamento já existente e reconhecido pelo mercado nacional e internacional.

A pesquisa de investigação efetuada ao nível da potencial concorrência entre hotelaria e outros modelos de alojamento mostrou-se infrutífera.

Os resultados apurados para as cidades de Lisboa e Porto colocaram em paralelo a opinião dos *hostels* e da hotelaria, assim como, do painel de especialistas, de modo a se poderem encontrar outras vertentes menos operacionais, se existentes.

Quando olhamos para o ponto de vista dos *hostels*, quer em Lisboa quer no Porto, estes não se consideram uma ameaça aos estabelecimentos hoteleiros. Efetivamente, como espelhado na Figura 56, apenas um quarto dos inquiridos em Lisboa (25,9%), valor mais elevado no Porto (37,5%), consideram que pode haver alguma concorrência entre ambos os negócios. As principais razões prendem-se com o reconhecimento pelos *hostels* de que os segmentos de mercado, os serviços e os *targets* são diferentes entre si (80% das opiniões do Porto, sendo de 61,9% em Lisboa).

A postura dos hoteleiros aponta para sentimentos contrários. Se, em Lisboa, 46,4% dos inquiridos considera que os *hostels* podem ser uma ameaça, embora não os considerem concorrentes (62,9% dos participantes), no Porto, 78,8% dos hoteleiros considera que os *hostels* são uma ameaça e 80% considera-os concorrentes (Tabela 77).

Não deixa de ser importante olhar para os fatores de concorrência apontados, liderados pelo preço e pelas diferentes regras aplicados aos *hostels* em termos de legalização e regulamentação, segurança, fiscalização e fiscalidade. Para os hoteleiros que não consideraram os *hostels* como uma ameaça ou seus concorrentes verifica-se, tal como apontado pelos *hostels*, que a tónica incide igualmente nos diferentes serviços, produtos, segmentos e modelos de negócio, entre outros motivos.

A este nível importa recordar a posição dos turistas utilizadores dos *hostels* os quais, em igualdade de circunstâncias de preço, continuariam a preferir ficar num *hostel* que num hotel de 3 estrelas, situação que se vai invertendo à medida que se aumenta a classificação dos hotéis (Figura 66).

Um outro indicador a ter em atenção, respeita ao impacto dos *hostels* na taxa de ocupação dos hotéis (Tabela 79). Como se verifica, quase dois terços dos participantes em Lisboa (63,9%) reconhece que os *hostels* não tiveram impacto nas suas unidades, valor bastante mais baixo (cerca de um terço – 36,4%) na cidade do Porto, onde a maioria dos inquiridos nesta cidade aponta para um ligeiro decréscimo da sua taxa de ocupação (42,4%).

É igualmente relevante a posição assumida por alguns participantes no painel de especialistas, com posições mais conciliadoras, entre si, embora reconhecendo, nalguns casos, a existência de concorrência entre os modelos de alojamento. Como dito, “(...) *que é concorrência, é. Tudo está em concorrência. Os próprios hotéis entre si também*

concorrem.” (TP); “São concorrentes. A grande ameaça que vemos tem a ver com o tipo de concorrência que fazem. Se é leal ou se é concorrência desleal. (APHORT); “(...) as regras de jogo devem ser iguais para todos e cumpridas por todos. (...) o que se nota é (...) uma situação de concorrência diferenciada (...)” (CTP); “Não, não são. O segmento é completamente diferente.” (CMP); “Eles têm de existir. (...) Tem é que existir um equilíbrio. (...) Precisamos desse tipo de oferta, que a nova economia exige.” (TAP); “Mais do que uma ameaça são uma moda. Uma oferta diferente que tem um público que gosta deste tipo de conceito.” (aeroporto do Porto); “(...) não consideramos que os hostels sejam uma ameaça às unidades hoteleiras, outrossim um complemento (...)” (ATP); “Não acho que seja uma ameaça, mas sim um produto complementar.” (ATL); “(...) hostels como um segmento diferente, com um mercado específico.” (aeroporto de Lisboa); “(...) vêm diversificar a oferta que existe no mercado e acabam por ser complementares aos próprios hotéis” (easyJet); “we see more the hostels like a complement and a wider choice for the consumer.” (Ryanair); “Os targets são diferentes.” (AHsP); “(...) conceitos completamente diferentes com um público-alvo completamente diferente.” (AHRESP); “No, because they differ in the product they sell. Usually, people that use hostels don’t use hotels and vice versa”. (Hostelworld).

A posição da *Hostelworld*, enquanto conhecedores do segmento *hostel* como ninguém, vai ao encontro das posições assumidas quer pelos *hostels* quer pela hotelaria, independentemente da maior ou menor ameaça ou concorrência, ao considerar, de forma clara, que são produtos diferentes e que quem usa hotéis não usa *hostels* e vice-versa.

Deste modo, se do ponto de vista mais conceptual não existem dados que permitam validar a hipótese, os dados apurados mostram-se incoerentes em função do interlocutor, o que leva a que, deste ponto de vista, a hipótese tenha de ser rejeitada.

A análise ao impacto nas cidades, mais uma vez, pela aplicação do teste não paramétrico de *Mann-Whitney* mostra que não existem diferenças estatisticamente significativas entre as cidades de Lisboa e do Porto, no que se refere à ameaça que os *hostels* podem constituir face aos estabelecimentos hoteleiros ($U=191,000$; $\text{Sig.}>0,05$), com os testes de normalidade a não se encontrarem assegurados ($K-S$: $\text{Sig.}=,000$; $S-W$: $\text{Sig.}=,000$). O teste de qui-quadrado de independência mostra que as variáveis são independentes ($\chi^2_{(1)}=,638$; $p\text{-value}=0,424$).

Tabela 97

Teste não paramétrico de *Mann-Whitney*, por cidade – ameaça dos *hostels*

Questão	Cidade	Média	Desvio Padrão	<i>Mann-Whitney U</i>	<i>Wilcoxon W</i>	Z	Sig.
Ameaça	Lisboa	0,26	0,447	191,000	569,000	-0,789	0,430
	Porto	0,38	0,500				

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Optou-se igualmente por compreender melhor a relação entre os estabelecimentos hoteleiros que consideraram os *hostels* seus concorrentes e o impacto na ocupação das suas unidades. No fundo, até que ponto, aqueles que mais críticos se mostraram quanto à concorrência dos *hostels* eram os que mais “sofreram” com o seu aparecimento no mercado.

Os dados apurados na tabela abaixo mostram que existe efetivamente uma forte relação positiva e estatisticamente significativa entre a ameaça sentida e os impactos na ocupação do hotel ($\rho=0,614$; $p<0,05$), ou seja, quanto maiores os impactos na taxa de ocupação maior é o reconhecimento dessa ameaça.

Tabela 98

Rho de Spearman - Ameaça

Correlações			Ameaça	Ocupação
rho de Spearman	Ameaça	Coefficiente de Correlação	1,000	,614**
		Sig. (2 extremidades)	.	,000
		N	130	130
	Ocupação	Coefficiente de Correlação	,614**	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,000	.
		N	130	130

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Pelos dados apurados nesta hipótese, verifica-se que, com a exceção do comportamento entre cidades de Lisboa e Porto, cujo nível de significância do teste *Mann-Whitney* tem valor superior a 0,05, o que leva a não rejeitar H_0 e a concluir que as duas distribuições não diferem, as restantes situações de relação entre ameaça sentida e a ocupação no hotel não têm robustez estatística para poderem ser devidamente validadas.

Hipótese 6 – As cidades de Lisboa e Porto tiveram comportamentos idênticos no mercado dos *hostels* e das companhias aéreas de baixo custo

Ao longo das hipóteses anteriores foi possível ir validando ou rejeitando as mesmas, através da aplicação de testes não paramétricos quer quanto à independência, normalidade e com a sua aplicação para duas amostras independentes (*Mann-Whitney*), fruto das fragilidades efetuadas pelos testes de normalidade de *Kolmogorov-Smirnov* e *Shapiro-Will*.

Assim sendo, aproveitando o leque alargado de informação recolhida ao longo do trabalho de campo, decidiu-se efetuar outras comparações diretas quanto ao comportamento dessas variáveis nas cidades de Lisboa e Porto.

Pela importância para o tema as hipóteses visaram as variáveis principais ao nível do alojamento, preços médios (por quarto individual e dormitório), canais de distribuição utilizados pelos turistas e nível de satisfação dos clientes com o *hostel* e com a cidade.

Olhando-se para a componente do alojamento, verifica-se, pelos testes de *Mann-Whitney*, que não foram encontradas diferenças estatisticamente significativas na questão em análise.

Tabela 99

Teste não paramétrico de *Mann-Whitney*, por cidade – Alojamento

Questões	Cidade	Média	Desvio Padrão	<i>Mann-Whitney</i> U	<i>Wilcoxon</i> W	Z	Sig.
Quarto Individual	Lisboa	2,50	0,889	103,500	208,500	-1,710	0,087
	Porto	2,00	1,080				
Dormitório	Lisboa	1,65	0,489	140,000	245,000	-1,000	0,317
	Porto	1,46	0,519				

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Utilizando o mesmo teste estatístico não paramétrico de *Mann-Whitney*, não se encontraram evidências de diferenças estatisticamente significativas nas cidade de Lisboa e Porto, quanto às reservas geradas pelos diferentes canais de distribuição (todas as variáveis com $p > 0,05$).

Tabela 100

Teste não paramétrico de *Mann-Whitney*, por cidade – Canal de distribuição

Questões	Cidade	Média	Desvio Padrão	<i>Mann-Whitney</i> U	<i>Wilcoxon</i> W	Z	Sig.
Vendas Diretas	Lisboa	20,23	14,860	144,500	264,500	-1,387	0,165
	Porto	12,57	7,461				
Reservas	Lisboa	66,46	18,898	134,000	485,000	-1,659	0,097
	Porto	76,73	10,025				
Agências Viagens	Lisboa	2,23	4,493	143,000	263,000	-1,752	0,080
	Porto	0,30	0,797				
<i>Walk-Ins</i>	Lisboa	10,54	5,894	177,500	297,500	-0,479	0,632
	Porto	9,97	7,393				
Outros	Lisboa	0,35	1,056	193,000	313,000	-0,088	0,930
	Porto	0,43	1,178				

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Como se pode verificar na Tabela 101, existem diferenças quanto à satisfação dos clientes nos *hostels* e nas cidades.

Tabela 101

Teste não paramétrico de *Mann-Whitney*, por cidade – satisfação com o *hostel* e com a cidade

Questões	Cidade	Média	Desvio Padrão	<i>Mann-Whitney</i> U	<i>Wilcoxon</i> W	Z	Sig.
Satisfação hostel	Lisboa	6,30	0,963	51 349,000	95 305,000	-1,639	0,101
	Porto	6,16	1,068				
Satisfação cidade	Lisboa	6,28	0,988	48 193,000	92 149,000	-2,655	0,008
	Porto	6,09	1,082				

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do SPSS

Se, em todas as situações testadas anteriormente não se verificavam evidências de diferenças entre as cidades nas várias variáveis, a tabela acima, tal como ao longo dos testes efetuados nas diferentes hipóteses veio evidenciar que não existe um padrão uniforme de comportamentos idênticos na procura de ambas as cidades. Como tal, não existe robustez nos dados que permitam a validação da hipótese, pois mesmo que algumas das variáveis tenham condições de serem validadas (alojamento e canais de distribuição), a satisfação com o *hostel* e a cidade apresentam tendências contrárias.

8.6. Limitações das hipóteses de investigação

A análise dos dados e a validação das hipóteses, ao longo do capítulo, permitiu constatar a existência de relações entre companhias aéreas de baixo custo/turismo/*hostels* e entre turismo jovem/companhias aéreas de baixo custo/*hostels*, as primeiras pela importância que as companhias aéreas de baixo custo apresentam na

dinamização e criação da própria procura de passageiros e turistas e a segunda pelo impacto da variável preço, na conjugação de dinâmicas capazes de motivar a procura.

As hipóteses testadas apresentam, em todo o caso, algumas limitações, fruto da incapacidade de se poder manter um trabalho de campo mais ativo ou de se poder alargar o perímetro das intervenções de análise, prolongando-se *ad eternum* a investigação, sem ganhos palpáveis que viessem a alterar significativamente as conclusões apuradas.

É certo que, para a primeira hipótese ter uma total adequação e relação com o mercado, seria igualmente importante avaliar a perspetiva da companhia aérea de baixo custo e dos seus clientes e motivações, assim como, dos restantes interlocutores do turismo, desde a restauração, ao *rent-a-car*, às empresas de animação, aos agentes de viagens e operadores turísticos, entre outros *players*. Só assim, se poderia afirmar e validar cabalmente que as companhias aéreas de baixo custo tiveram um comportamento positivo para o desenvolvimento integrado do turismo ou apenas, como se validou, para uma componente dessa constalação que é o turismo (como referido e defendido por Lopes, 2010).

A relação bidirecional seria igualmente desejável em muitas das hipóteses. No caso da terceira hipótese, a título de exemplo, se se indagou sobre o padrão dos clientes utilizadores dos *hostels* enquanto passageiros das companhias aéreas de baixo custo, teria sido igualmente importante avaliar junto dessas mesmas companhias aéreas de baixo custo, quanto ao peso dos utilizadores dos *hostels* nessas companhias e avaliar os seus comportamentos. Neste caso, ao abrir-se o leque de opções e motivações, poder-se-ia concluir, certamente, que os utilizadores dos *hostels* são uma ínfima parte de todo e qualquer cliente que viaja numa *low cost*, o que seria contraproducente para os objetivos a investigar.

Também a última hipótese apresenta limitações, relacionadas com a extensão de opções possíveis de tratamento de informação. A opção por alargar o tipo de análise a outras variáveis não diretamente relacionadas com o tema, permitiu conhecer e caracterizar melhor a relação entre oferta e procura de um *hostel* e as suas implicações mais operacionais ao nível do negócio.

Mesmo assim, dentro das limitações apresentadas, que poderiam ser extendidas às restantes hipóteses, está-se ciente do trabalho e de investigação levada a cabo e dos impactos que tais situações podem provocar na validação dos dados, que se tentou minimizar.

8.7. Conclusões do capítulo

Ao longo do presente capítulo teve-se a oportunidade de apresentar os dados primários, devidamente trabalhados, relativos aos vários momentos de observação levados a cabo. Os contributos da análise e das mais-valias para a investigação, ciência e setor foram evidenciados no ponto 8.5.2., com impactos ao nível das companhias aéreas de baixo custo, organizações e associações locais, *hostels* e hotelaria.

Com base na utilização da ferramenta estatística *SPSS* foram efetuados vários testes à independência e normalidade das amostras, além da conjugação de outras análises muito sustentadas nas questões e nas interpretações e visão do painel de especialistas.

A validação das hipóteses teve como base as inerentes relações estabelecidas entre os vários construtos do modelo teórico. Após a preparação e trabalho dos dados apresentados ao longo dos pontos 8.2.1. a 8.3.2., foram aplicados métodos de análise considerados adequados ao teste de hipóteses, como o teste de *Mann-Whitney*, incidindo sobre duas amostras independentes (Lisboa e Porto) e tendo em atenção a dimensão das amostras, a mostrar-se como o mais adequado.

Como foi possível constatar ao longo da investigação, pela inovação do tema, existiram algumas dificuldades de obtenção de fontes que ajudassem a dar robustez a algumas das hipóteses de investigação, com base naquilo que já tivesse sido investigado e que serviria de base para a validação, de um ponto de vista mais conceptual, e na sua aplicação aos casos das cidades de Lisboa e Porto.

Como referido na página 183 e na Tabela 9, a aplicação do método hipotético-dedutivo permite testar as ocorrências a partir das observações, formuladas nessas hipóteses (partindo-se do geral para o particular), enquanto no método hipotético-indutivo se parte do particular procurando encontrar correspondência no real (geral).

A investigação em curso tentou conjugar ambas as situações, pois se foi possível encontrar doutrina para dar suporte a algumas das hipóteses formuladas, outras houve

onde a inexistência de qualquer informação obrigou a partir do caso de estudo, para que possa servir de base à futura construção da teoria.

A tabela abaixo tenta resumir essas situações:

Tabela 102

Resumo das hipóteses de acordo com as abordagens de investigação

	Hipotético-Dedutivo		Hipotético-Indutivo	
	Conceptual	Lisboa/Porto	Lisboa/Porto	Conceptual
Hip. 1	Validada	Validada		
Hip. 2			Não Validada	Não Validada
Hip. 3			Não Validada	Não Validada
Hip. 4	Validada	Validada		
Hip. 5			Validada	Não Validada
Hip. 6			Não Validada	Não Validada

Fonte: Elaboração própria

Pode-se afirmar que, onde já existe alguma base teórica construída sobre o tema, existe igualmente relevância e validade estatística, em função dos dados apurados e da recolha de informação apresentada. Essa situação tornou-se mais evidente nas Hipóteses 1 e 4.

Tornar-se-ia demasiado pretensioso que, do ponto de vista da abordagem de investigação hipotético-indutiva, a partir de um tema e de um estudo de caso aplicado às cidades de Lisboa e Porto e que dá os seus primeiros passos nesta área de investigação, se pretendesse dar um cunho conceptual forte capaz de criar condições para a formulação de uma teoria.

Está-se ciente contudo que, com este contributo, se criaram condições adicionais para que este estudo possa, em conjunto com outros estudos futuros, dar evidência à importância que o turismo jovem representa para as companhias aéreas de baixo custo, do mesmo modo que essas têm sido fundamentais para o desenvolvimento do mercado *hostel* nas cidades.

Considera-se, mesmo assim, que a Hipótese 5 reúne condições de aceitação e validade científica ao nível operacional, de que os *hostels* não são uma ameaça para a hotelaria, embora com maior robustez na cidade de Lisboa. Considera-se, no entanto, que não se encontra demonstrada essa afirmação do ponto de vista mais conceptual e teórico, dada a falta de outros estudos idênticos sobre a temática.

Com a Hipótese 6 pretendeu-se, acima de tudo, evidenciar as fragilidades da dimensão do tema, ou seja, das múltiplas variáveis em causa. Como foi possível constatar, se existe relevância e validade em muitas dessas variáveis entre as diferentes cidades, também é certo que, outros casos existiram onde as evidências estatísticas ficaram comprometidas.

Espera-se, mesmo assim, que o contributo e a informação trabalhada e disponibilizada ao longo deste capítulo, muita dela a mecerer enquadramento em futuros trabalhos de desenvolvimento, seja uma boa base de partida para tornar a abordagem sobre companhias aéreas de baixo custo/turismo/*hostels* e turismo jovem numa nova vertente de investigação.

Parte VI – Conclusões, contributos e recomendações

9. Conclusões

9.1. Principais conclusões

O turismo é, e certamente continuará a ser, um dos principais vetores do desenvolvimento económico, social e ambiental da nossa sociedade, ao nível das principais indústrias mundiais (petrolífera ou automóvel).

As características de constelação, como mencionado por Lopes (2010), dados os impactos e a interdisciplinaridade com uma multiplicidade de setores e atividades direta ou indiretamente consigo inter-relacionados, obrigam a processos de planeamento cuidados, de modo a continuar a garantir a sustentabilidade e regeneração dos recursos envolvidos, com especial importância para os impactos ao nível da reabilitação urbana.

Também o transporte aéreo, em especial no que respeita à aviação comercial, e apesar das rentabilidades tradicionalmente fracas da indústria, se encontra ao nível das principais indústrias mundiais (como da indústria farmacêutica), contribuindo com impactos económicos diretos, indiretos e induzidos, geradores de rentabilidade nos vários negócios da cadeia de valor.

O transporte aéreo, tal como o turismo, tem sido e tudo indica continuará reconhecidamente a ser, um dos principais pilares ao desenvolvimento do turismo. Essa exigência é ainda mais notória quando as acessibilidades e as características geográficas e morfológicas não favorecem a mobilidade das populações e quando o transporte aéreo evolui de forma exponencial, quer pelo aparecimento de novas companhias aéreas, quer de novos modelos de negócio ligados à aviação comercial.

Apesar do estudo do turismo, do ponto de vista académico, científico ou mais operacional, continuar a ser amplamente discutido e aprofundado, a interligação entre turismo e transportes, como referem Lumsdom e Page, continua a apresentar enormes lacunas no campo de análise interdisciplinar. Essa situação é mais premente na presente investigação, pela originalidade que representa a conjugação de duas realidades de investigação.

O tema de partida, assente no estudo do contributo dado pelas companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento dos *hostels*, com aplicação de campo nas cidades de Lisboa e Porto, obrigou a uma vasta recolha de informação que permitisse criar as

condições de base para dar resposta aos objetivos delineados e às hipóteses de investigação propostas.

Ao longo dos capítulos 2 a 4 procedeu-se a uma revisão da bibliografia de suporte à investigação, em particular no que respeita a turismo e transporte aéreo (capítulo 2) e na interação entre ambos. Pela relevância para a investigação, as companhias aéreas de baixo custo (capítulo 3) foram objeto de análise aprofundada, quer quanto aos modelos de negócio, quer quanto à sua importância para a dinamização do transporte aéreo internacional e, em especial, na Europa. As novas tendências quanto à “*hibridização*” do transporte aéreo foram igualmente acauteladas, assim como, a crescente revitalização dos modelos de companhias aéreas de baixo custo de longo curso. Do mesmo modo, a revisão da bibliografia sobre o turismo jovem (capítulo 4) permitiu elencar as motivações deste segmento turístico, com forte potencial de crescimento nos próximos anos. Também a definição do conceito *hostel* permitiu enquadrar este tipo de alojamento e a sua relação com o mercado jovem e a sua utilização preferencial por este segmento. A nova economia colaborativa e os impactos decorrentes desta nova realidade foram igualmente objeto de análise.

Para melhor consistência da revisão bibliográfica levada a cabo, foram efetuadas pesquisas e análises documentais de interesse para o tema em questão, assim como, foram consultadas fontes eletrónicas que permitiram uma análise, tão atual quanto possível, sobre alguns dos indicadores mais importantes do turismo (jovem), do transporte aéreo (em especial as companhias aéreas de baixo custo) e alojamento (em particular no que respeita aos *hostels*). A atualidade da investigação obrigou à consulta de jornais de turismo nacionais e internacionais que, mesmo não sendo uma fonte científica, mas sendo a única fonte capaz de situar a temática temporalmente, foram igualmente considerados. Também a imprensa generalista foi abordada, em particular quanto aos aspetos de enquadramento legal da temática *hostel*, de regeneração e reabilitação urbana e das necessárias atualizações decorrentes da operação das companhias aéreas de baixo custo nos aeroportos de Lisboa e Porto.

Do ponto de vista metodológico (capítulo 5), tendo em atenção a pergunta de partida, a validação dos objetivos e das hipóteses apresentadas, levaram à construção de um modelo de investigação que viesse dar consistência às preocupações em análise e da investigação. Os instrumentos e métodos de observação levaram à realização de

inquéritos junto da oferta dos *hostels* e da procura (turistas) para melhor se conhecer as motivações que levam os turistas a utilizar esse meio de alojamento e que meios de transporte são privilegiados na deslocação às cidades. Do mesmo modo, o estabelecimento de entrevistas/questionários a uma amostra selecionada de profissionais do setor do turismo e do transporte aéreo, permitiram cimentar alguns dos resultados apurados através de entrevistas e inquéritos levados a cabo. A possibilidade de divulgação das entrevistas e questionários dos participantes no painel é, sem qualquer dúvida, uma mais-valia muito importante para um melhor conhecimento e caracterização do tema, desde a importância das companhias aéreas de baixo custo e sua penetração no mercado nacional, aos impactos nos *hostels* e na distribuição turística e à concorrência sentida por este novo modelo de alojamento. A opinião habilitada deste painel de especialistas deixa igualmente um vasto campo de manobra e um contributo para futuras investigações direta ou indiretamente relacionadas com o tema.

Achou-se igualmente importante efetuar um levantamento junto da hotelaria em Lisboa e Porto, tentando-se perceber qual a importância das *low cost carriers* para as cidades e, acima de tudo, se viam o mercado *hostel* como uma ameaça e/ou um concorrente direto, que obrigasse a alterações no negócio tradicional.

A informação recolhida juntos dos *hostels* (quer na vertente de oferta quer na procura), dos estabelecimentos hoteleiros e junto dos profissionais do setor, permitiu recolher e abarcar um manancial alargado de dados que serviram de base à sua interpretação e de resposta às hipóteses formuladas.

A conjugação de vários indicadores estatísticos mais utilizados em aviação e turismo, assim como, ao nível do turismo jovem permitiu evidenciar algumas relações diretas entre estas realidades, em especial na forte correlação entre transporte aéreo e turismo e na importância do turismo jovem para o turismo em si. A nova realidade dos *millennials*, em forte crescimento e com preferências marcantes ao nível da tecnologia, informalidade, experiências e partilha de informação tem trazido profundas alterações em modelos de negócio, onde se inclui o alojamento (preferencialmente em *hostel*) e onde se privilegia a identidade local dos sítios a visitar.

Incidindo a investigação sobre as cidades de Lisboa e Porto no capítulo 7, o comportamento evidenciado pelas companhias aéreas de baixo custo e dos *hostels*

nestas cidades foi igualmente analisado, tal como os trabalhos científicos já produzidos sobre estas realidades em Portugal. A importância das Pousadas de Juventude, como pioneiros dos movimentos de alojamento jovem, assim como, a potencial concorrência com os estabelecimentos hoteleiros existentes foi igualmente considerada.

A falta de evidência científica em algumas das áreas de investigação, seja por falta de trabalhos publicados ou pela inovação do tema em si, levou à necessidade de se equacionarem alternativas de investigação com bases mais empíricas e menos dedutivas, embora, a conjugação de ambas as vertentes tenha sido uma constante.

Da análise dos dados, como resumido no ponto 8.5.2. e da sua inter-relação com as posições dos vários participantes da amostra, consideram-se validadas a Hipótese 1 (*As companhias aéreas de baixo custo vieram contribuir para o desenvolvimento do turismo*) e a Hipótese 4 (*O turismo jovem é essencial para os hostels*), quer do ponto de vista conceptual quer do ponto de vista operacional, isto é, na sua aplicação às cidades de Lisboa e Porto. Embora com maior produção científica quanto à Hipótese 1, também existem estudos, alguns conduzidos pela própria OMT, onde se salienta a importância do turismo jovem na sua utilização de meios de alojamento mais económicos.

Considera-se que a Hipótese 5 (*Os hostels não são uma ameaça para a hotelaria*) encontra relevância no caso de estudo – Lisboa e Porto – mas apresenta fragilidades na sua análise mais conceptual. Sendo uma posição quase unânime que os *hostels* não são uma ameaça para a hotelaria (posição ratificada pelos *hostels*, pelos hoteleiros e pelo painel de especialistas) não existe, contudo, fundamentação científica adicional que permita a sua validação mais alargada e contextualizada (apesar de, em Espanha, o tema ser, igualmente, fruto de apaixonada discussão).

Apesar da evidência aparente, embora ténue, dos dados analisados, a Hipótese 2 (*As companhias aéreas de baixo custo vieram contribuir para o aparecimento e crescimento dos hostels*) e a Hipótese 3 (*Os clientes dos hostels preferem voar nas companhias aéreas de baixo custo*) são rejeitadas, dadas as diferenças existentes entre cidades e entre os resultados das amostras. Mais uma vez, não existindo base conceptual sólida, partiu-se da análise dos dados para as cidades de Lisboa e Porto, que apresentaram fragilidades estatisticamente relevantes.

Também do ponto de vista operacional e conceptual a Hipótese 6 (*As cidades de Lisboa e Porto tiveram comportamentos idênticos no mercado dos hostels*) não foi validada dadas as diferenças existentes em algumas das variáveis analisadas.

Mesmo que algumas fragilidades resultantes da amostra e dos dados disponibilizados possam enviesar algumas das conclusões supra, considera-se, mesmo assim, que a metodologia escolhida e utilizada para a investigação levada a efeito, permitiu responder aos objetivos inicialmente traçados, validando algumas das hipóteses em causa e rejeitando-se outras das relações estabelecidas, pela fragilidade dos testes aplicados.

O objetivo central desta investigação prendeu-se, essencialmente, com a relação das companhias aéreas de baixo custo e o seu enquadramento e contributo para o turismo e para o desenvolvimento dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto, como decorre da pergunta de partida da presente investigação. Analisando-se o aparecimento dos voos *low cost* para as cidades, os fatores de sucesso que levaram ao desenvolvimento do turismo, fruto da operação destas companhias aéreas, o contributo dado para o aparecimento e desenvolvimento dos *hostels*, assim como, para o aumento de turistas para a hotelaria tradicional, pode-se afirmar que a pergunta de partida se mostra pertinente, atual e com forte validade científica, fruto dos levantamentos teóricos e operacionais levados a cabo e testados nas diferentes hipóteses de investigação.

Existe, contudo, um largo consenso que o mercado está em franca mutação, exigindo novos modelos de relacionamento social, muito assente na partilha e na colaboração e procurando novas experiências nas cidades e nos modelos de alojamento mais atuais, o que obrigará a redobrados cuidados na relação direta com os meios de transporte a utilizar (constatação que se mostra igualmente válida para os meios de alojamento) e na sua constante adequação às motivações dos consumidores. Até porque, como mencionado pelo participante da TAP no painel, aquando da entrevista que lhe foi efetuada, “(...) *não é só a low cost que traz passageiro que pagou bilhete barato, como nem todo o bilhete de low cost é preço baixo (...)*”.

9.2. Contributos da investigação para o conhecimento

A presente investigação veio proporcionar alguns contributos para o desenvolvimento do estudo científico do turismo, com particular incidência em matérias pouco

exploradas conjuntamente como é a relação entre as companhias aéreas de baixo custo e os *hostels*.

Certo é que, ao longo do tempo, pela operacionalidade e atualidade do tema, muito mudou nestas temáticas: novas bases operacionais das principais *low cost carriers* em Lisboa e Porto e um novo enquadramento legal do AL e, em particular, dos *hostels*.

Mesmo assim, salientam-se os seguintes contributos desta investigação:

- a) Visão integrada das temáticas tradicionalmente conotadas com baixo custo, como sejam as companhias aéreas de baixo custo e os *hostels* e da sua relação direta no estímulo ao desenvolvimento do turismo nos *hostels* e na hotelaria;
- b) Atualização e agregação de temáticas dispersas, em especial sobre a relação entre turismo e alojamento jovem;
- c) Atualização sobre o mercado dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto, com a evolução da oferta turística nessas cidades e informação de mercado relevante à decisão nos seus aspetos mais operacionais e comerciais; e,
- d) Atualização da informação sobre o mercado utilizador dos *hostels*, das suas motivações e dos seus padrões de consumo, com impacto direto a um melhor conhecimento do mercado, dos seus atores e das suas necessidades.

Pode-se afirmar que, pela novidade do tema, se encontram assegurados os pressupostos sobre a sua pertinência científica, ao evidenciar caminhos e aspetos pouco estudados teoricamente e conjugados com a prática decorrente da investigação levada a cabo. Mais que modelos de aplicação teórica, a presente investigação é um ponto de partida para o estudo de um tema em constante mutação e em atualização permanente, decorrente da própria evolução do mercado, seja ele aéreo, de alojamento ou do próprio comportamento da procura.

Igualmente importante, não só pelos contributos acima identificados e que podem ser potenciados, são os objetivos definidos com a investigação e que obedeceram a um procedimento científico e metodológico rigoroso, sério e metucioso dentro dos padrões tradicionalmente aceites em investigação científica.

9.3. Limitações da investigação e futuras linhas de abordagem

Sem dúvida que a presente investigação permitiu abrir novos campos de reflexão e de estudo científico do turismo.

Com a recente legislação sobre o alojamento local estão abertas várias “portas” para enquadramento desta temática num futuro próximo, seja ao nível dos aspetos mais conceptuais e legais, de diferenciação com as anteriores tipologias, de comercialização, de imagem, de posicionamento e de rentabilidade, entre outras.

Uma das principais conclusões retiradas desta investigação, e não coberta pela mesma, prende-se com a importância do modelo de alojamento em si, enquanto vetor de escolha de destinos ou enquanto elemento diferenciador e agregador da oferta de alojamento nesse mesmo destino.

Reconhece-se que, olhando-se para a pergunta de partida, focada no contributo das companhias aéreas de baixo custo para o desenvolvimento do turismo e dos *hostels*, teria sido igualmente interessante integrar, na análise, os clientes das *low cost carriers*. Numa análise *à anteriori*, teria sido importante, até como ponto de partida, verificar e indagar sobre as reais motivações da utilização deste modelo de transporte aéreo e se a variável preço, como testado por outros investigadores, estaria na base das escolhas (independentemente da utilização ou não de *hostels*).

Do mesmo modo, o lançamento de um inquérito junto dos clientes dos hotéis, com perguntas direcionadas aos motivos e preferências pelo modelo de alojamento e contrastando com o modelo *hostel*, ajudaria, por certo, a uma maior validação das preferências nos dois tipos de alojamentos e a dar maior consistência e robustez à hipótese sobre a potencial concorrência entre modelos de alojamento.

De uma forma mais direta e integrada com o tema da investigação, estudaram-se os potenciais impactos da não existência de companhias aéreas de baixo custo para as cidades de Lisboa e Porto. Essa questão foi avaliada junto dos *hostels*, da hotelaria e do painel de especialistas. Mas foi igualmente equacionada de forma muito direta junto dos turistas (afinal os que decidem que destinos visitar, que companhias aéreas usar e que alojamento utilizar). E, acima de tudo, se visitariam Lisboa ou Porto caso não houvesse *low cost carriers* (pergunta 30. *If there were no low cost carriers to the city did you visit it?*). Os resultados evidenciaram que cerca de 41,5% dos turistas no Porto e 38,6% dos

de Lisboa não visitariam as mesmas com a razão quase exclusiva de preço (ou fator económico associado).

Deste modo, tendo em atenção que 78,8% dos turistas é a primeira vez que visita a cidade de Lisboa e 84,2% a cidade do Porto e que a sua grande maioria são utilizadores de *hostels* (81,7% em Lisboa e 83,3% no Porto), uma questão que parece agora lógica (e quase uma lacuna ou limitação à investigação por não ter sido colocada no questionário aos hóspedes), seria igualmente saber se, se não existissem *hostels* estes continuariam a visitar as cidades (*If there were no hostels in the city did you visit it?*)⁶². Um excelente ponto de partida para novas investigações ...

Do mesmo modo, se é certo que o trabalho de campo ocorreu no período de verão, coincidindo em grande parte com férias escolares, seria igualmente interessante fazer o mesmo tipo de análise para os outros meses do ano. Dos contactos e entrevistas mantidos com os proprietários e diretores dos *hostels* foi mencionado, de forma recorrente que, nos períodos de inverno, os hóspedes têm estadas mais longas, idades mais elevadas e motivações culturais mais visíveis (com maior permanência nos *hostels*, dedicados a leitura ou outras atividades *indoor*).

Embora já tenha sido ensaiada para a cidade de Coimbra, uma outra corrente de investigação, poderá levar-se a equacionar o comportamento dos *hostels* em ambientes de cariz universitário, tais como, Coimbra, Aveiro, Braga, Évora ou Vila Real (e incluindo-se também as cidades de Lisboa e Porto). Será que o lazer e férias continua a ser a principal motivação para a procura deste modelo de alojamento ou, nestas cidades de cariz mais universitário, o alojamento em *hostel* é uma alternativa viável e frequentemente utilizada por estudantes?

Outras vertentes permitiriam igualmente comparar as realidades das cidades de Lisboa e Porto com os mercados estrangeiros. Será que o comportamento e as motivações dos utilizadores dos *hostels* são idênticas em capitais ou outras grandes cidades europeias com perfil idêntico a Lisboa e Porto? Com maior objetividade e por razões de proximidade, que comparação entre estas duas cidades e as cidades espanholas de

⁶² Relembra-se, em todo o caso que a temática incide sobre o contributo direto das *low cost carriers*, questão devidamente equacionada.

Madrid e Barcelona? Foram as companhias aéreas de baixo custo que permitiram o desenvolvimento dos *hostels* nessas cidades espanholas ou o fenómeno já existia?

O início de novas operações em companhias aéreas de baixo custo para Ponta Delgada, a partir de março de 2015, é uma excelente oportunidade de continuidade da presente investigação. Que comportamento dos clientes das companhias aéreas de baixo custo em função das operações lançadas para esse mercado? Que alojamento turístico utilizado? Quantas novas intenções de investimento em alojamento turístico e quantas delas são apostas em novos *hostels*? Quais as motivações que levaram a esses novos projetos turísticos? Em termos mais gerais, que contributo dado pelas *low cost carriers* para o desenvolvimento do turismo em si (nesta e noutras tipologias de alojamento, incluindo os estabelecimentos hoteleiros) nesta ilha e que reflexos e impactos nas outras ilhas açorianas?

Do mesmo modo, que impactos em regiões mais turísticas como sejam a região de Faro (ou, em maior escala, no Algarve)? Uma maior abertura do campo de ação da temática permitirá olhar igualmente para o comportamento dos clientes dos *hostels* nas cidades *versus* destinos de praia e, mesmo entre estes destinos de praia, que diferenças para destinos tradicionalmente de *surf* (face ao sucesso que estes têm tido em destinos como Peniche, Ericeira ou na Costa Vicentina).

Outra área de investigação, embora mais sensível à obtenção de informação, diz respeito aos aspetos de natureza mais económico-financeira da operação e avaliar, até que ponto, os preços médios praticados por cliente, por dormitório ou quarto divergem dos preços médios por quarto praticados pela hotelaria, o que ajudaria a validar e dar mais consistência à hipótese relacionada com a ameaça *hostel*. O acesso, mesmo que pago, à informação financeira das empresas pode permitir igualmente estudos comparativos ao nível da rentabilidade entre o modelo hoteleiro e o modelo *hostel*.

Também a possibilidade de estudos comparando os novos padrões de clientes utilizadores da *Airbnb*, *HomeAway* ou outros portais de alojamento em apartamentos com os *hostels* merece uma reflexão e investigação, pela importância e crescimento que os mesmos vão representando na oferta turística nacional.

Está-se certo que, com as pistas e ideias para futuras áreas de investigação sobre a temática, se pode continuar a desenvolver e aprofundar esta linha de orientação

investigacional. Um campo pouco analisado, onde se espera ter dado um contributo válido para a sua exploração científica, mas longe de se esgotar nas propostas de investigação formuladas.

9.4. Considerações finais

A investigação levada a cabo confrontou duas realidades, em dois setores de atividade complementares mas, quase sempre, analisados de *per se* e não na relação de ambos. Por um lado, o turismo, fortemente dependente das acessibilidades criadas pelos transportes, em especial, do transporte aéreo dada a inovação tecnológica, velocidade, capacidade de transporte e de mobilização de fluxos e, por outro lado, os transportes que, sem turistas, teriam maiores dificuldades de afirmação, desenvolvimento tecnológico e rentabilidade.

A evolução de novos modelos de negócio, fruto da própria evolução económica das sociedades e do foco no cliente, levou a alterações profundas das principais motivações do consumidor, onde as companhias aéreas de baixo custo têm tido um papel primordial.

Se o modelo *low cost* baseou muita da sua doutrina naquilo que foram os ensinamentos das companhias aéreas de baixo custo, rapidamente alargado a outros setores dos serviços, também no alojamento se encontraram novos modelos assentes na variável preço, com destaque para o alojamento *hostel*.

A pergunta de partida visou, além de relacionar, como dito, duas realidades muitas vezes analisadas de forma independente, colocar a tónica nestes novos modelos de negócio e na sua relação com o consumidor, ou seja, com os turistas em si. Ao se investigar e se tentar perceber se “*as companhias aéreas de baixo custo contribuíram para o desenvolvimento dos hostels*” tentou-se constatar, até que ponto, existiria uma relação direta entre modelos de negócio tradicionalmente conotados com o fator preço.

A revisão da literatura, o tratamento de dados secundários e a obtenção, sob diferentes prismas, de um leque importante de dados primários, permitiram criar as condições para responder à pergunta de partida em si, materializada através das seis hipóteses de investigação lançadas.

Pela falta de informação existente sobre o tema, dado o seu carácter inovador, muitas das hipóteses de investigação apresentaram limitações na sua validação. No entanto, considera-se que, fruto da informação recolhida e trabalhada, a pergunta de partida encontrou condições de validade científica, dada a relação direta que as companhias aéreas de baixo custo têm tido para o desenvolvimento do turismo e, consequentemente, para as suas principais componentes, ou seja, para o aumento das dormidas, das receitas e do emprego nas regiões para onde operam.

No caso das cidades de Lisboa e Porto, essa evidência é demonstrada pelos dados recolhidos através da oferta (nos *hostels* e nos hotéis), da procura (turistas nos *hostels*) e de um conjunto de profissionais conhecedores e com responsabilidades sobre o setor do turismo e da aviação comercial.

Mais do que um fenómeno de moda, as companhias aéreas de baixo custo e os *hostels* são uma realidade incontornável também em Portugal, sendo que, ficou demonstrada a importância que essas companhias tiveram e continuam a ter para o desenvolvimento do turismo nas cidades de Lisboa e Porto. Aliás, cenários de “*opting out*”, como equacionados junto dos participantes da amostra, evidenciaram as preocupações e impactos negativos dos inquiridos, case se materializassem.

As cidades de Lisboa e Porto vivem hoje momentos e realidades novas, fruto de um crescimento exponencial do turismo nos últimos anos. Se, por um lado, assistimos aos impactos visíveis de reabilitação e recuperação urbana de áreas que apresentavam elevado estado de degradação, temos, por outro lado, elevadas pressões e de capacidade de carga em determinados territórios, com efeitos diretos na população residente e na utilização das infraestruturas e equipamentos locais.

Mais do que posições extremas sobre as vantagens e desvantagens do turismo, trata-se, acima de tudo, de uma oportunidade para um planeamento integrado dos destinos, apoiados, entre outros fatores, no conhecimento e na evolução esperada dos fluxos turísticos, sejam eles em companhias aéreas regulares (incumbentes ou de baixo custo) ou em outros modelos de transporte e nas motivações dos consumidores, ou seja, naquilo que verdadeiramente anseiam e pretendem aquando das suas visitas às cidades, visando a adequação de meios que permitam um equilíbrio no desenvolvimento e crescimento sustentado dos destinos a longo prazo.

O contributo dado com a presente investigação, mesmo se não abordando de forma direta os aspetos ligados à sustentabilidade e ao planeamento dos destinos turísticos, evidencia o papel que as companhias aéreas de baixo custo tiveram e têm tido para o crescimento do turismo em Portugal (no caso particular, para as cidades de Lisboa e Porto), assim como, para uma melhor caracterização das motivações que os clientes utilizadores dos *hostels* e quais as suas preferências.

Mesmo sendo uma abordagem que apenas têm em atenção alguns dos aspetos mais diretamente relacionados com o tema da investigação e com a pergunta de partida será, assim se espera, um contributo adicional para o estudo do turismo e do seu reconhecimento como ciência.

Bibliografia

Bibliografia

- Abc. (2012, fevereiro 1). Cinco años despues del cierre, Air Madrid empieza a devolver el dinero de los billetes. *ABC*. Acedido a 6 de janeiro de 2014 em <http://www.abc.es/20120201/economia/abci-madrid-billetes-201202011316.html>
- Abda, M., Belobaba, P., & Swelbar, W. (2011). Impacts of LCC growth on domestic traffic and fares at largest US airports. *Journal of Air Transport Management*, 18 (1), 21-25. doi:10.1016/j.jairtraman.2011.07.001
- Abrantes, J. (2010). *A importância do Transporte Aéreo no Turismo: o caso dos voos charters para o Brasil*. (Dissertação de Mestrado). Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril.
- Abrantes, J. (2012). *Turismo e transportes: estudo de frota de uma companhia aérea*. (Relatório Profissional para a obtenção do Título de Especialista em Turismo e Lazer). Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril.
- Abrantes, J. (2013). Impacto das companhias aéreas de baixo custo no desenvolvimento dos *hostels* nas cidades de Lisboa e Porto. *Revista Percurso*, 5 (1), 111-127.
- Abrantes, J. (2014a). A importância das companhias aéreas de baixo custo no desenvolvimento do turismo nas cidades de Lisboa e Porto. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21-22 (4), 393-407.
- Abrantes, J. (2014b). *Hostels* e centros históricos das cidades: Envelhecimento ou rejuvenescimento?. *Tourism and Hospitality International Journal*, 3 (4), 355-383.
- Abreu, E. (2014). Turismo e Reabilitação Urbana. *Publitoris Hotelaria*, 101, 28.
- ACI. (2013). AirportInfo – Airlines mergers and acquisitions. *ACI*. Acedido a 7 de janeiro de 2014 em http://www.aci-na.org/sites/default/files/airline_mergers_acquisitions-july2013.pdf
- ACIF. (2008). *Low cost carriers: high sucess, high impact? Cenários prospetivos de desenvolvimento turístico na RAM*. Projeto “ESTRATUR”. Funchal: ACIF.
- AENA. (2011). AENA Aeropuertos - estadísticas tráfico: Tráfico por año. *AENA*. Acedido a 13 de janeiro de 2014 em <http://www.aena-aeropuertos.es/csee/Satellite?c=Page&cid=1113582476715&pagename=Estadisticas%2FEstadisticas>
- AENA. (2014). AENA Aeropuertos - estadísticas tráfico: Tráfico por año. *AENA*. Acedido a 13 de janeiro de 2014 em <http://www.aena-aeropuertos.es/csee/Satellite?c=Page&cid=1113582476715&pagename=Estadisticas%2FEstadisticas>

- AENA. (2015). AENA Aeropuertos - estadísticas tráfico: Tráfico por año. *AENA*.
Acedido a 7 de fevereiro de 2015 em <http://www.aena.es/csee/Satellite?c=Page&cid=1113582476715&pagename=Estadisticas%2FEstadisticas>
- Afonso, P. (2012). Base da easyJet com impacto positivo de 594M€. *Publituris*, 1213, 29.
- Afonso, P. (2013a). Os outros sonham em ter o que temos no Brasil, vamos aproveitar. *Publituris*, 1256, 58-60.
- Afonso, P. (2013b). Ryanair insiste em base em Lisboa. *Publituris*, 1234, 38-39.
- Afonso, P. (2013c). Ryanair voa em Lisboa e quer ajudar o Algarve. *Publituris*, 1256, 62.
- Afrodita, B. (2012). Models of tourist development in the context of regional development. The annals of the University of Oradea. *Economic Sciences*, 1st issue, July 2012, Tom XXI, 507-512.
- Aguiló, E., Rey, B., Roselló, J., & Torres, C. (2007). The impact of the post liberalization growth of LCCs on the tourism trends in Spain. *Rivista di Politica Economica*, I-II, 39-59.
- Airbnb. (2015). El impacto del alojamiento compartido en Madrid. *Hosteltur*. Acedido a 7 de julho de 2015 em http://static.hosteltur.com/web/uploads/2015/06/Airbnb_Estudio_impacto_econymico_en_Madrid.pdf
- Airbus. (2009). *Global Market Forecast 2009-2028*. Blagnac, France: Airbus S.A.S..
- Airbus. (2012). *Global Market Forecast 2012-2031*. Blagnac, France: Airbus S.A.S..
- Airbus. (2013). *Global Market Forecast 2013-2032*. Blagnac, France: Airbus S.A.S..
- Airbus. (2014). *Global Market Forecast 2014-2033*. Blagnac, France: Airbus S.A.S..
- Airbus. (2015). *Global Market Forecast 2015-2034*. Blagnac, France: Airbus S.A.S..
- Airline Business. (2014a). USA on FlyNas radar in 2015. *Airline Business*, 30 (4), 16.
- Airline Business. (2014b). WestJet's widebodyplan. *Airline Business*, 30, (4), 16.
- Airline Business Daily@Routes. (2014, setembro 21). Strong US roots drive show growth. *Airline Business Daily@Routes*, 1, p. 8.
- Airline Leader. (2013, August-September). The death of disruption or are reports of its demise exaggerated? LCCs, FSCs, Hybrids, ... A tale of airlines starting to look alike. *Airline Leader*, 18, 14-21.
- Airline Leader. (2015a, January-February). Africa Outlook. *Airline Leader*, 26, 60-64.
- Airline Leader. (2015b, January-February). Aviation Outlook 2015: A year when everyone can make money. *Airline Leader*, 26, 10-17.

- Airline Leader. (2015c, January-February). Eastern Europe Outlook. *Airline Leader*, 26, 66-69.
- Airline Leader. (2015d, January-February). Latin America Outlook. *Airline Leader*, 26, 84-90.
- Airline Leader. (2015e, March-April). Long Haul Atlantic LCCs. *Airline Leader*, 27, 64-66.
- Airline Leader. (2015f, January-February). Low-cost airports and terminals are changing shape. *Airline Leader*, 26, 22-28.
- Airline Leader. (2015g, January-February). Middle East Outlook. *Airline Leader*, 26, 54-58.
- Airline Leader. (2015h, January-February). North America Outlook. *Airline Leader*, 26, 78-83.
- Airline Leader. (2015i, January-February). North Asia Outlook. *Airline Leader*, 26, 48-52.
- Airline Leader. (2015j, January-February). South Asia Outlook. *Airline Leader*, 26, 36-40.
- Airline Leader. (2015k, January-February). South Pacific Outlook. *Airline Leader*, 26, 42-47.
- Airline Leader. (2015l, January-February). Southeast Asia Outlook. *Airline Leader*, 26, 30-35.
- Airline Leader. (2015m, January-February). Western Europe Outlook. *Airline Leader*, 26, 72-77.
- Akamavi, R., Mohamed, E., Pellmann, K., & Xu, Y. (2015). Key determinants of passenger loyalty in the low-cost airline business. *Tourism Management*, 46, 528-545. doi:10.1016/j.tourman.2014.07.010
- Alderighi, M., & Cento, A. (2007). Una valutazione dell'effetto Southwest negli aeroporti secondari in Gran Bretagna: il caso dell' aeroporto di Edimburgo. *Società Italiana degli Economisti dei Trasporti – IX Riunione Scientifica, 3-5 Ottobre*. Napoli, Italia.
- Alivernini, A., D'Ignazio, A., & Migliardi, A. (2013). *L'impatto dei voli Low Cost sulla spesa turistica degli stranieri in Italia*. Roma, Italia: Banca d'Italia.
- Almeida, C. A. (2010). *Do contrato de Transporte Aéreo e da Responsabilidade Civil do Transportador Aéreo*. Coimbra: Edições Almedina.

- Almeida, C. R. (2011). Low cost airlines, airport and tourism. The case of Faro airport. *51st ERSA 2011 Annual Conference, 31 Agosto-2 Setiembre*. Barcelona, Espanha.
- Almeida, C., & Costa, C. (2012). A operação das companhias aéreas de baixo custo na Europa. O caso da Ryanair. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 17/18, 387-402.
- Almeida, J., & Pinto, J. (1986). Da teoria à investigação empírica. Problemas metodológicos gerais. In A. Silva, & J. Pinto (Eds.), *Metodologia das Ciências Sociais* (pp. 55-78) (9ª ed.). Porto: Edições Afrontamento.
- Alves, T. (2014a, junho 2). Centro do Porto já oferece perto de cinco mil quartos. *Jornal de Notícias*, Ano 127, 1, p. 36.
- Alves, T. (2014b, dezembro 21). SRU alerta para excesso de hotéis. *Jornal de Notícias*, Ano 127, 203, p. 16.
- Amadeus. (2015). Future Traveller Tribes 2030 – Understanding tomorrow's traveller. Amadeus. Acedido a 26 de abril de 2015 em <http://blogamadeus.com/wp-content/uploads/2015/04/Amadeus-Future-Traveller-Tribes-2030.pdf>
- Amrany, S. (2010). Single, Independent, and Eager to travel the World – A review of the international youth traveler and that travel segment's magnitude. *HVS*. Acedido a 10 de junho de 2014 em <http://www.hvs.com/article/4795/single-independent-and-eager-to-travel-the-world-a-review/>
- ANA. (2003-2012). *Relatórios de Tráfego (2002-2011)*. Lisboa: ANA – Aeroportos de Portugal.
- ANA. (2012a). Programme initiative.pt 2.0 – Regulations. ANA. Acedido a 13 de junho de 2014 em http://routelab.ana.pt/en-US/Airports/Algarve/TourismSupport/Lists/RouteLabGenericDocumentsListInstance/mkt_009106.pdf
- ANA. (2012b). *Relatório de Tráfego – Aeroporto de Lisboa, dezembro 2011*. Lisboa: ANA – Aeroportos de Portugal.
- ANA. (2012c). *Relatório de Tráfego – Aeroporto do Porto, dezembro 2011*. Lisboa: ANA – Aeroportos de Portugal.
- ANA. (2013a). *Relatório de Tráfego – Aeroporto de Lisboa, dezembro 2012*. Lisboa: ANA – Aeroportos de Portugal.
- ANA. (2013b). *Relatório de Tráfego – Aeroporto do Porto, dezembro 2012*. Lisboa: ANA – Aeroportos de Portugal.
- ANA. (2014). *Relatório de Gestão e Contas 2013*. Lisboa: ANA – Aeroportos de Portugal.

- ANA. (2015). *Relatório de Gestão e Contas 2014*. Lisboa: ANA – Aeroportos de Portugal.
- Andrade, E. (2014). *Business Hostel – A new opportunity for the Hostel Industry*. (Dissertação de mestrado). Universidade Nova – School of Business and Economics, Lisboa.
- Anna.aero. (2012). Go-fly 10 years on: What happened to the routes and people behind Europe's then third biggest LCC?. *Anna.aero*. Acedido em 6 de janeiro de 2014 em <http://www.anna.aero/2012/05/02/go-fly-10-years-on-what-happened-to-the-routes-and-people-behind-europes-then-third-biggest-lcc/>
- Anna.aero. (2013a). Norwegian adds Fort Lauderdale as 2nd US destination. *Anna.aero*. Acedido a 26 de dezembro de 2013 em <http://www.anna.aero/2013/12/04/norwegian-adds-second-destination-us/>
- Anna.aero. (2013b). Norwegian launches long-haul flights to JFK and Bangkok. *Anna.aero*. Acedido a 26 de dezembro de 2013 em <http://www.anna.aero/2013/06/05/norwegian-launches-long-haul-flights-to-jfk-and-bangkok/>
- Anna.aero. (2015). European Airport Trends Traffic. *Anna.aero*. Acedido a 15 de fevereiro de 2015 em <http://www.anna.aero/databases/>
- Antunes, C. (2014, outubro 25). Alojamento local já é 26% da oferta em Lisboa. *Jornal Expresso – Economia*, 2191, p. 33.
- Antunes, C. (2015a, agosto 28). Casas particulares já têm mais de metade das camas dos hotéis. *Jornal Expresso – Economia*, 2235, p. 18.
- Antunes, C. (2015b, outubro 31). Hoteleiros querem mais regulação nos apartamentos turísticos. *Jornal Expresso – Economia*, 2244, p. 26.
- Antunes, C. (2015c, agosto 28). Lisboa avalia 'excesso' de apartamentos na Baixa-Chiado. *Jornal Expresso – Economia*, 2235, p. 18.
- ASM. (2012a). The development of low cost carriers in Europe. In World Tourism Organization (Ed.), *Global Report in Aviation: responding to needs of new tourism markets and destinations*, AM Reports – Number Five (pp. 31-35). Madrid, Spain: UNWTO.
- ASM. (2012b). The relationship between Tourism demand and capacity growth: which come first?. In World Tourism Organization (Ed.), *Global Report in Aviation: responding to needs of new tourism markets and destinations*, AM Reports – Number Five (pp. 16-17). Madrid, Spain: UNWTO.

- ATAG. (2000). *The economic benefits of air transportation – 2000 Edition*. Geneva, Switzerland: Air Transport Action Group.
- ATAG. (2005). *The economic & social benefits of air transport*. Geneva, Switzerland: Air Transport Action Group.
- ATAG. (2008). *The economic and social benefits of air transport 2008*. Geneva, Switzerland: Air Transport Action Group.
- ATAG. (2012). Aviation Benefits beyond borders. ATAG. Acedido a 30 de janeiro de 2013 em http://www.aviationbenefitsbeyondborders.org/sites/default/filespdfs/ABB_Medium%20Res.pdf
- ATAG. (2014). *Aviation: Benefits Beyond Borders*. Geneva, Switzerland: Air Transport Action Group.
- ATL. (2014). *Perfil do passageiro low-cost de Lisboa – Verão 2014*. Lisboa: Associação de Turismo de Lisboa.
- ATL. (2015). *Perfil do passageiro low-cost de Lisboa – Inverno 2014-2015*. Lisboa: Associação de Turismo de Lisboa.
- ATN. (2015, março 14). Kenny Jacobs, Chief Marketing Officer, Ryanair – Interview. *Air Transport News*. Acedido a 18 de março de 2015 em <http://www.atn.aero/analysis.pl?id=1574&keys=kenny%20jacobs>
- A4A. (2014). Traffic and Operations: 1929 – Present. Airlines for America. A4A. Acedido a 11 de outubro de 2014 em <http://www.airlines.org/data/annual-results-world-airlines/>
- Bagnoli, A. (2009). On ‘An Introspective Journey’. *European Societies*, 11 (3), 325-345.
- Bainbridge, J. (2013). Understanding collaborative consumption. *Marketing Magazine*. Acedido a 18 de janeiro de 2015 em <http://www.marketingmagazine.co.uk/article/1208887/understanding-collaborative-consumption>
- Banha, I. (2014a, outubro 18). Boom de turismo força reabilitação de bairros históricos de Lisboa e Porto. *Diário de Notícias*, Ano 150, 53177, p. 21.
- Banha, I. (2014b, novembro 18). Hostel na estação do Rossio é um dos 85 que boom de turistas fez nascer em Lisboa. *Diário de Notícias*, Ano 150, 53146, p. 24.
- Barbot, C. (2006). Low-cost airlines, secondary airports, and state aid: An economic assessment of the Ryanair-Charleroi Airport agreement. *Journal of Air Transport Management*, 12 (4), 197-203. doi:10.1016/j.jairtraman.2006.04.001

- Barbot, C. (2008). Estudo de Previsão da Procura de Passageiros e Carga no Aeroporto Francisco Sá Carneiro 2007-2020. Estudo sobre os Modelos de Gestão para o Aeroporto Francisco Sá Carneiro. *FEP*, 3-29.
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo* (3ª ed.). Lisboa: Edições 70, Lda..
- Barradas, M. (2013). Ryanair começa operações no aeroporto de Lisboa. *Publituris*, 1251, 72.
- Barradas, M. (2015, fevereiro 12). Portugal volta a ter Conta Satélite do Turismo. *Publituris*. Acedido a 16 de fevereiro de 2015 em <http://www.publituris.pt/2015/02/12/portugal-volta-a-ter-conta-satelite-do-turismo/>
- Barrett, S. (1997). The implications of the Ireland-UK airline deregulation for an EU internal market. *Journal of Air Transport Management*, 3 (2), 67–73. doi:10.1016/S0969-6997(97)00003-3
- Barrett, S. (2004). The sustainability of the Ryanair model. *International Journal of Transport Management*, 2 (2), 89-98. doi:10.1016/j.ijtm.2004.12.001
- Barrett, S. (2008). The emergence of the Low Cost Carrier Sector. In A. Graham, A. Papatheodorou, & P. Forsyth (Eds.), *Aviation and Tourism: Implications for the Leisure Travel* (pp. 103-118). Surrey, United Kingdom: Ashgate Publishing Limited.
- Barton, C., Haywood, J., Jhunjhunwala, P., & Bhatia, V. (2013). *Travelling with Millennials*. Boston, U.S.A.: Boston Consulting Group, Inc..
- Barton, C., Koslow, L., & Beauchamp, C. (2014). *The Reciprocity Principle: How millenials are changing the face of marketing forever*. Boston, U.S.A.: Boston Consulting Group, Inc..
- Baum, T. (2004). *Low cost air travel: social inclusion or social exclusion?*. Henley-in-Arden, United Kingdom: Association for European Transport.
- BCG. (2010). The new “low cost”. *The Boston Consulting Group*. Acedido a 12 de outubro de 2014 em https://www.bcgperspectives.com/content/articles/growth_business_unit_strategy_the_new_low_cost/
- Beaver, A. (2005). *A Dictionary of Travel and Tourism terminology*. Oxon, United Kingdom: CABI Publishing.
- Beigbeder, C. (2007). *Le « low cost »: un levier pour le pouvoir d'achat*. Paris, France: Ministère de l'économie, des finances et de l'emploi.

- Bel, G. (2009). How to compete for a place in the world with a hand tied behind your back: The case of air transportation services in Girona. *Tourism Management*, 30, 522-529. DOI: 10.1016/j.tourman.2008.10.005
- Beni, M. (2000). *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo, Brasil: SENAC.
- Bieger, T., & Wittmer, A. (2006). Air Transport and Tourism – perspectives and challenges for destinations, airlines and governments. *Journal of Air Transportation Management*, 12 (1), 40-46. doi:10.1016/j.jairtraman.2005.09.007
- Bilotkach, V., Gaggero, A., & Piga, C. (2015). Airline pricing under different market conditions: Evidence from European Low-Cost Carriers. *Tourism Management*, 47, 152-163. doi:10.1016/j.tourman.2014.09.015
- Bisignani, G. (2010). *The State of the Industry*. 66th IATA Annual General Meeting and World Air Transport Summit. Berlin, Germany: IATA.
- Bjelcic, B. (2007). The Business Model of Low Cost Airlines – Past, Present, Future. In S. Gross, & A. Schroder (Eds.), *Handbook of Low Cost Airlines: Strategies, Business Process and Market Environment* (pp. 11-30). Berlin, Germany: Erich Smith Verlag GmbH et Co..
- Boeing. (2010). *Current Market Outlook 2010-2029*. Seattle, U.S.A.: Boeing Commercial Airplanes.
- Boeing. (2013). *Current Market Outlook 2013-2032*. Seattle, U.S.A.: Boeing Commercial Airplanes.
- Boeing. (2014). *Current Market Outlook 2014-2033*. Seattle, U.S.A.: Boeing Commercial Airplanes.
- Boeing. (2015). *Current Market Outlook 2015-2034*. Seattle, U.S.A.: Boeing Commercial Airplanes.
- Borenstein, S., & Rose, N. (2013). How airline markets work ... or do they? Regulatory Reform in the airline industry. *National Bureau of Economic Research*. Acedido a 25 de setembro de 2014 em <http://www.nber.org/chapters/c12570.pdf>
- Botelho, N. (2015, março 26). Fazer cidade. *Jornal de Notícias*, Ano 127, 298, p. 19.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours*. New York, U.S.A.: HarperCollins Publishers.
- Bourget, K. (2012). Trendy hostels emerge as budget busters. *HNN*. Acedido a 26 de junho de 2014 em <http://www.hotelnewsnow.com/Article/9325/Trendy-hostels-emerge-as-budget-busters>

- Box, T., & Byus, C. (2007). Ryanair (2005): Successful Low Cost leadership. *Journal of the International Academy for Case Studies*, 13 (4), 65-70.
- Brancatelli, J. (2014). Why the new People Express could be an express flop. *The Business Journals*. Acedido a 18 de agosto de 2014 em <http://www.bizjournals.com/bizjournals/blog/seat2B/2014/07/why-the-new-people-express-could-be-an-express.html?page=all>
- Brenner, L., & Fricke, J. (2007). The evolution of backpacker destinations: the case of Zipolite, Mexico. *International Journal of Tourism Research*, 9 (3), 217-230. DOI: 10.1002/jtr.604
- Brilha, N. (2007). *Convergência Estratégica das Políticas Nacionais de Turismo e Transporte: o caso português*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Brilha, N. (2008). Airport requirements for leisure travelers. In A. Graham, A. Papatheodorou, & P. Forsyth (Eds.), *Aviation and Tourism: Implications for the Leisure Travel* (pp. 167-176). Surrey, United Kingdom: Ashgate Publishing Limited.
- Budd, L., Francis, G., Humphreys, I., & Ison, S. (2014). Grounded: Characterising the market exit of European low cost Airlines. *Journal of Air Transport Management*, 34, 78-85. doi:10.1016/j.jairtraman.2013.08.002
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29 (4), 609-623. doi:10.1016/j.tourman.2008.01.005
- Bunda, B. (2014). *The Business of Beds: An Exploration of Hotel and Hostel Business Strategy* (2014). (Honors Scholar Theses). University of Connecticut, U.S.A.. Acedido a 21 de junho de 2014 em http://digitalcommons.uconn.edu/srhonors_theses/350
- Burkart, A. (1971). Package Holidays by Air. *Tourism Review*, 26 (2), 54-64. <http://dx.doi.org/10.1108/eb057643>
- Burkhart, T., Krumeich, J., Werth, D., & Loos, P. (2011). Analyzing the business Model concept – a comprehensive classification of literature. In *Proceedings of the International Conference on Information Systems, Shanghai, China, December 4-7*. ICIS 2011.

- Busch-Geertsema, V., & Sahlin, I. (2007). The Role of Hostels and Temporary Accommodation. *European Journal of Homelessness*, 1, 67-93.
- Button, K. (1998). *Opening U.S. Skies to Global Airline Competition – Executive Summary*. Center for Trade Policy Studies, 5. Washington D.C., U.S.A.: CATO Institute.
- Caballero, A., Losada, A., & Marrana, J. (2006). *O Sistema Aeroportuário do Eixo Atlântico*. Vigo, Espanha: Biblioteca dos Estudos Estratégicos. Eixo Atlântico.
- Cadilhe, G. (2010). *O Mundo é fácil*. Alfragide: Oficina do Livro.
- Caldeira, C. (2015, março 13). Estamos perante um paradigma. Queremos um turismo de hotéis ou de low cost? – Entrevista a Luís Veiga, Presidente da AHP. *OJE Semanal*, 1772, pp. 4-6.
- Calder, S. (2006). *No Frills: The Truth behind the Low-Cost Revolution in the Skies*. London, United Kingdom: Virgin Books.
- Campilho, P. (2014). *O impacto das companhias aéreas Low Cost na dinâmica económica do turismo regional*. (Dissertação de mestrado). Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Porto.
- Campisi, D., Costa, R., & Mancuso, P. (2010). The Effects of Low Cost Airlines Growth in Italy. *Modern Economy*, 1, 59-67.
- Campos, M., & Calheiros, S. (2014). Há turistas. *Revista Visão*, 1106, pp. 58-66.
- CAPA. (2009). *Global LCC Outlook Report*. Sydney, Australia: Centre for Asia Pacific Aviation.
- CAPA. (2013a, dezembro 18). LCC experiences: how was it for you? Hybridisation and Airlines in Transition. *Centre for Aviation*. Acedido a 20 de dezembro de 2013 em http://centreforaviation.com/analysis/lcc-experiences-how-was-it-for-you-hybridisation-and-airlines-in-transition-144868?utm_source=Aviation+Analyst&utm_campaign=a8091531c3-Aviation+Analyst&utm_medium=email&utm_term=0_dd7bea8da5-a8091531c3-78150001
- CAPA. (2013b, outubro 29). Norwegian Air Shuttle: Asia's longhaul LCC model comes to the N Atlantic (but watch falling profits). *Centre for Aviation*. Acedido a 26 de dezembro de 2014 em <http://centreforaviation.com/analysis/norwegian-air-shuttle-asias-longhaul-lcc-model-comes-to-the-n-atlantic-but-watch-falling-profits-135816>
- CAPA. (2013c, fevereiro 6). Ryanair SWOT analysis – Michael O'Leary's maniacal focus on being the lowest cost producer. *Centre for Aviation*. Acedido a 14 de março

- de 2014 em <http://centreforaviation.com/analysis/ryanair-swot-analysis--michael-olearys-mania-cal-focus-on-being-the-lowest-cost-producer-96465>
- CAPA. (2014a, agosto 13). Cebu Pacific long-haul LCC hybridises by pursuing transit traffic, starting with Sydney-North Asia. *Centre for Aviation*. Acedido a 24 de Agosto de 2014 em <http://centreforaviation.com/analysis/cebu-pacific-long-haul-lcc-hybridises-by-pursuing-transit-traffic-starting-with-sydney-north-asia-182042>
- CAPA. (2014b, julho 29). Ryanair raises FY2015 profit guidance after strong 1Q. Warm and fuzzy O'Leary may be working. *Centre for Aviation*. Acedido a 18 de agosto de 2014 em <http://centreforaviation.com/analysis/ryanair-raises-fy2015-profit-guidance-after-strong-1q-warm-and-fuzzy-oleary-may-be-working-179902>
- CAPA. (2014c, setembro 11). Ryanair SWOT: low costs remain the key strength, even as customer service enhancements take root. *Centre for aviation*. Acedido a 22 de novembro de 2014 em <http://centreforaviation.com/analysis/ryanair-swot-low-costs-remain-the-key-strength-even-as-customer-service-enhancements-take-root-186145>
- CAPA. (2015a). LCC Capacity Share (%) of total seats: 2003-2014. *Centre for Aviation*. Acedido a 5 de janeiro de 2015 em <http://centreforaviation.com/profiles/hot-issues/low-cost-carriers-lccs#lcc>
- CAPA. (2015b, janeiro 31). O'Leary: Ryanair-style Atlantic long haul LCC. Average fares below EUR100? Stansted likely airport. *Centre for Aviation*. Acedido a 7 de fevereiro de 2015 em <http://centreforaviation.com/analysis/oleary-ryanair-style-atlantic-long-haul-lcc-average-fares-below-eur100-stansted-likely-airport-206895>
- Carballo-Cruz, F., & Costa, V. (2014). Success factors of regional airports: The case of Oporto airport. *Tourism & Management Studies*, 10, (1), 37-45.
- Cardoso, F. (2015, fevereiro 25). Quotas da TAP em mínimos históricos em Lisboa e Porto. *Jornal i*, Ano 6, 1818, p. 23.
- Carneiro, L. (2014). Reabilitação Urbana: Lisboa vestida de novo. *Câmara Municipal de Lisboa. Revista Municipal*, 10, 2-4.
- Carr, N. (1998). The Young Tourist: A case of Neglected Research. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4, 307-318. DOI: 10.1002/(SICI)1099-1603(199812)4:4<307::AID-PTH133>3.0.CO;2-4
- Carrera, F. (2009). *Marketing Digital na versão 2.0 – o que não podes ignorar*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Carvalho, J. (2009). *Metodologia do Trabalho Científico*. Lisboa: Escolar Editora.

- Castillo-Manzano, J., López-Valpuesta, L., & González-Laxe, F. (2011). The effects of the LCC boom on the urban tourism fabric: The viewpoint of tourism managers. *Tourism Management*, 32, 1085-1095. doi:10.1016/j.tourman.2010.09.008
- Catalão, C. (2008). Movijovem e mobilidade juvenil. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 9, 175-182.
- Caves, R. (1976). The Kennedy Subcommittee's Civil Aeronautics Board Practice and Procedures. *The Bell Journal of Economics*, 7 (2), 733-736.
- Cento, A. (2009). *The Airline industry: Challenges in the 21th Century*. Heidelberg, Germany: Physica-Verlag.
- Centro Studi Turistici di Firenze. (2010). *I passeggeri low cost dell'Aeroporto Internazionale di Pisa*. Firenze, Italia: Centro Studi Turistici di Firenze.
- Chang, L., & Sun, P. (2012). Stated-choice analysis of willingness to pay for low cost carriers for low cost carrier services. *Journal of Air Transport Management*, 20, 15-17. doi:10.1016/j.jairtraman.2011.09.003
- Chicago Convention. (1944). Convention on International Civil Aviation, Signed at Chicago on 7 December 1944 (CHICAGO CONVENTION). *McGill University*. Acedido a 18 de março de 2013 em <http://www.mcgill.ca/files/iasl/chicago1944a.pdf>
- Chiou, Y., & Chen, Y. (2010). Factors influencing the intentions of passengers regarding full service and low cost carriers: A note. *Journal of Air Transport Management*, 16, 226-228. doi:10.1016/j.jairtraman.2009.11.005
- Chitas, P. (2013, Agosto 8-13). O maravilhoso mundo dos hostels. *Revista Visão*, 1066, pp. 42-50.
- Chowdhury, E. (2007). *Low Cost Carriers: How Are They Changing the Market Dynamics of the U.S. Airline Industry?*. (Dissertação de Mestrado). Charleton University, Ottawa, Canadá.
- Chung, J., & Whang, T. (2011). The impact of low cost carriers on Korean Island tourism. *Journal of Transport Geography*, 19, 1335-1340.
- Citrinot, L., & Bailey, M. (2006). *Low Cost Airlines – International. Travel & Tourism Analyst*, November 2006. London, United Kingdom: Mintel International Group, Ltd..
- Clark, O. (2014a). Alitalia in bid to bring “sexy” back. *Airline Business*, 30 (7), 8.
- Clark, O. (2014b). Russian low-cost takes its time. *Airline Business*, 30 (5), 12.

- Clark, O. (2015). Ryanair eyes long-haul aircraft order. *Flight International*, Vol. 187, 5481, 13.
- Clark, O., & Dunn, G. (2015). Fresh Packaging. *Airline Business*, 31 (8), 39-41.
- Clavé, S., Saladié, O., Cortés-Jiménez, I., Young, A., & Young, R. (2015). How different are tourists who decide to travel to a mature destination because of the existence of a low-cost carrier route? *Journal of Air Transport Management*, 42, 213-218. doi:10.1016/j.jairtraman.2014.11.001
- Coentrão, A. (2010, fevereiro 2). Porto – A cidade já está a ganhar com o turismo low cost. E não tem medo disso. *Jornal Público*. Acedido a 24 de agosto de 2013 em <http://www.publico.pt/temas/jornal/a-cidade-ja-esta-a-ganhar-com-o-turismo-low-cost-e-nao-tem-medo-dissoporto-18856080>
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39(1), 164-189.
- Cohen, E. (1973). Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter-Tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, 14, 89-103.
- Combe, E. (2011). *Le low cost*. Paris, France: La Découverte « Repères ».
- Combe, E. (2014). *Le low cost, une révolution économique et démocratique*. Paris, France: Fondapol La Fondation pour l'innovation politique.
- Conley, C. (2014). AirBnB is an old idea with a new tech twist. *HNN Special Report*. Acedido a 18 de janeiro de 2015 em <http://www.hotelnewsnow.com/Article/14346/The-impact-of-the-sharing-economy-on-hotel>
- Convenção de Paris. (1919). *Convention Relating to the Regulation of Aerial Navigation*. October 13th . Paris, France.
- Cooper, C., & Hall, C., M. (2008). *Contemporary Tourism: An International Approach*. Oxford, United Kingdom: Butterworth-Heinemann.
- Cornelissen, S. (2005). *The Global Tourism System: Governance, Development and Lessons from South Africa*. Burlington (VT), U.S.A.: Ashgate.
- Costa, C. (2013). Investigação em Turismo: A experiência da Revista Turismo & Desenvolvimento. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 20, 9-19.
- Costa, J., Alves, R., Leite, A., & Moreira, M. (2012). The impact of low cost companies on Porto Airport. In World Tourism Organization (Ed.), *Global Report in Aviation: responding to needs of new tourism markets and destinations*, AM Reports – Number Five (pp. 36-37). Madrid, Spain: UNWTO.

- Costa, M. (2011). Lisboa é a cidade mais atractiva para o turismo low cost. *Jornal i online*. Acedido a 28 de novembro de 2013 em <http://isabe.ionline.pt/conteudo/2041-lisboa-e-cidade-mais-atractiva-o-turismo-low-cost>
- Coutinho, C. (2011). *Metodologias de investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Coimbra: Edições Almedina.
- Creton, S. (2007). *Ryanair. The full story of the controversial low-cost airline*. London, United Kingdom: Aurum Press.
- Cristino, S. (2015). Alemães, norte-americanos e australianos são quem mais visita Portugal. *Ambitur*. Acedido a 5 de novembro de 2015 em <http://www.ambitur.pt/alemaes-norte-americanos-e-australianos-sao-quem-mais-visita-portugal/>
- Crotty, M. (1998). *The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in the Research Process*. St. Leonards, Australia: SAGE Publications, Ltd..
- CTI. (2006). *Reforming the Wright Amendment – Hearing before the subcommittee on aviation of the Committee on Transportation and Infrastructure*. House of Representatives, One Hundred Ninth Congress, Second Session, Committee of Transportation and Infrastructure. Washington, DC, U.S.A.: U.S. Printing Government Printing Office.
- Cunha, L. (2013). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Lidel – Edições Técnicas, Lda..
- Cunha, L. (2015). Turismo: A (in)Consistência dos “Melhores Anos de Sempre”. *Publituris*, 1290, 7.
- Cunha, L., & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo* (5ª ed.). Lisboa: Lidel – Edições Técnicas, Lda..
- Currie, R., Campbell-Trant, T., & Seaton, S. (2011). Joining the in-crowd: symbols for backpacker identity. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5 (1), 47-56. <http://dx.doi.org/10.1108/17506181111111753>
- Daft, J., & Alberts, S. (2012). A profitability analysis of low-cost long-haul flight operations. *Journal of Air Transport Management*, 19, 49-54. doi:10.1016/j.jairtraman.2012.01.010
- Dallen, T., & Teye, V. (2009). *Tourism and the lodging sector*. Oxford, United Kingdom: Butterworth-Heinemann.
- Davison, L., & Ryley, T. (2010). Tourism destination preferences of low-cost airline users in the East Midlands. *Journal of Transport Geography*, 18, 458-465.

- Debbage, K. (2005). Managing the Tourism System - Airlines, airports and international aviation. In L. Pender, & R. Sharpley (Eds.), *The management of Tourism* (pp. 28-46). London, United Kingdom: Sage Publications, Ltd..
- Decreto nº 159/2012 de 20 de novembro. Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya Núm. 6268 de 5 de diciembre, que regula os estabelecimentos de alojamento turístico e as moradias de uso turístico. Generalitat de Catalunya.
- Decreto-Lei nº 19/82 de 28 de janeiro. Diário da República nº 23, 1ª Série, que estabelece as normas sobre o transporte aéreo não regular. Ministério da Habitação, Obras Públicas e Transportes.
- Decreto-Lei nº 39/2008 de 7 de março. Diário da República nº 48, 1ª Série, que aprova o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos. Ministério da Economia e da Inovação.
- Decreto-Lei nº 98/2011 de 21 de setembro. Diário da República nº 182, 1ª Série, que cria o Instituto Português do Desporto e Juventude. Presidência do Conselho de Ministros.
- Decreto-Lei nº 199/2012 de 24 de agosto. Diário da República nº 164, 1ª Série, que altera e republica o Decreto-Lei nº 61/2011, de 6 de maio, que estabelece o regime de acesso e de exercício da atividade das agências de viagens e turismo. Ministério da Economia e do Emprego.
- Decreto-Lei nº 15/2014 de 23 de janeiro. Diário da República nº 16, 1ª Série, que procede à segunda alteração ao Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de março. Ministério da Economia.
- Decreto-Lei nº 128/2014 de 29 de agosto. Diário da República nº 166, 1ª Série, que aprova o regime jurídico da exploração dos estabelecimentos de alojamento local. Ministério da Economia.
- Decreto-Lei nº 132/2014 de 3 de setembro. Diário da República nº 169, 1ª Série, que aprova a primeira alteração do Decreto-Lei nº 98/2011, de 21 de setembro.
- Decreto-Lei nº 40/2015 de 16 de março. Diário da República nº 52, 1ª Série, que aprova os estatutos da autoridade nacional de aviação civil. Ministério da Economia.
- Decreto-Lei nº 63/2015 de 23 de abril. Diário da República nº 79, 1ª Série, que aprova a primeira alteração ao Decreto-Lei nº 128/2014, de 29 de agosto. Ministério da Economia.
- Deloitte Consulting. (2013). Movijovem – em liquidação: Estudo de viabilidade da rede das Pousadas de Juventude – verão final. *Portal da Juventude*. Acedido a 30 de

- novembro de 2014 em http://microsites.juventude.gov.pt/NR/rdonlyres/481A8435-B058-42CD-A544-C7314010261F/16958/FY13_Movijovem_RedePousadasdaJuventude_Vfinal1.pdf
- Dempsey, P., & Goetz, A. (1992). *Airline Deregulation and Laissez-Faire Mythology*. Westport, Connecticut, U.S.A.: Quorum Books.
- Deshaies, B. (1997). *Metodologia da investigação em Ciências Humanas* (L. Baptista Trad.). Lisboa: Instituto Piaget. (Originalmente publicado em 1992).
- DGAC. (2014). *Bulletin Statistique – Traffic Aérien commercial – année 2013*. Paris, France: Direction du Transport Aérien.
- DGAC. (2015). *Bulletin Statistique – Traffic Aérien commercial – année 2014*. Paris, France: Direction du Transport Aérien.
- Diário de Ibiza. (2015). Ryanair abrirá en marzo una nueva base en Ibiza. *Diário de Ibiza*. Acedido a 30 de outubro de 2015 em <http://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2015/10/29/ryanair-abrira-marzo-nueva-base/802368.html>
- Diário dos Açores. (2014, dezembro 10). EasyJet começa a voar para os Açores em Março de 2015. *Diário dos Açores*. Ano 145, 40561, p. 2.
- Diário dos Açores. (2015, março 24). Açores vão ter mais 1.800 camas e 21 hostels aguardam aprovação. *Diário dos Açores*. Ano 146, 40647, p. 3.
- Dias, M. (2009). *O vocabulário do desenho de investigação – a lógica do processo em Ciências Sociais*. Viseu: PsicoSoma.
- Dinheiro Vivo. (2014, março 21). Afinal não são dez. TAP abre 11 novas rotas em 2014. *Dinheiro Vivo*. Acedido a 16 de novembro de 2014 em http://www.dinheirovivo.pt/empresas/interior.aspx?content_id=3882111
- Dionísio, P., Rodrigues, J., Faria, H., Canhoto, R., & Nunes, R. (2009). *b-Mercator Blended Marketing*. Alfragide: Publicações Dom Quixote.
- Dirhotel. (2013). Revisão do RJET é necessária e deve ser bem ponderada. *Dirhotel*, 12, 8-9.
- Dobruszkes, F. (2006). An analysis of European low-cost airlines and their networks. *Journal of Transport Geography*, 14 (4), 249-264. doi:10.1016/j.jtrangeo.2005.08.005
- Dobruszkes, F. (2009). New Europe, new low-cost air services. *Journal of Transport Geography*, 17 (6), 423-432. doi:10.1016/j.jtrangeo.2009.05.005

- Dobruszkes, F. (2013). The geography of European low-cost airline networks: a contemporary analysis. *Journal of Transport Geography*, 28, 75-88. doi:10.1016/j.jtrangeo.2012.10.012
- Dobruszkes, F., Lennert, M., & Hamme, G. (2011). An analysis of the determinants of air traffic volume for European metropolitan areas. *Journal of Transport Geography*, 19 (4), 755-762. doi:10.1016/j.jtrangeo.2010.09.003
- Doganis, R. (2002). *Flying Off Course – The economics of international airlines* (Third edition). New York, U.S.A.: Routledge.
- Doganis, R. (2006). *The Airline Business* (Second edition). New York, U.S.A.: Routledge.
- Doganis, R. (2010). *Flying Off Course – Airlines Economics and Marketing* (Fourth edition). New York, U.S.A.: Routledge.
- Domingues, C. (1990). *Dicionário Técnico de Turismo*. Lisboa: Dom Quixote.
- Domingues, C. (1997). *Prontuário Turístico*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.
- Domingues, C. (1982). *Prontuário Turístico* (2ª ed.). Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.
- Domingues, C. (2013). *Prontuário Turístico* (3ª ed.). Lisboa: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril e Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- Donne, M. (2000). The growth and long-term potential of the low-cost airlines. *Travel & Tourism Analyst*, 4, 1-16.
- Donne, M. (2003). *Low Cost Airlines – An International Overview*. *Travel & Tourism Analyst*, October 2003. London, United Kingdom: Mintel International Group, Ltd..
- Donzelli, M. (2010). The effect of low-cost air transportation on the local economy: Evidence from Southern Italy. *Journal of Air Transport Management*, 16, 121-126. doi:10.1016/j.jairtraman.2009.07.005
- Douglass, H. (2013). The sharing market – commercial hostels in Europe. *HVS*. Acedido a 10 de junho de 2014 em <http://wysetc.files.wordpress.com/2013/07/hvs-the-sharing-market-e28093-commercial-hostels-in-europe-1.pdf>
- Dredge, D. (1999). Destination Place Planning and Design. *Annals of Tourism Research*, 26, 4, 772-791. doi:10.1016/S0160-7383(99)00007-9
- Dresner, M. (2006). Leisure versus business passengers: Similarities, differences, and implications. *Journal of Air Transport Management*, 12, 28-32. doi:10.1016/j.jairtraman.2005.09.006

- Dresner, M., Lin, J., & Windle, R. (1996). The impact of low cost carriers on airport and route competition. *Journal of Air Transport Economics and Policy*, 30 (3), 309-328.
- Dron, A. (2015). Ryanair confirms move to Malpensa. *Air Transport World*. Acedido a 4 de outubro de 2015 em <http://atwonline.com/airports-routes/ryanair-confirms-move-malpensa>
- Dubin, E. (2003). *Preservation for the People: Seventy Years of American Youth Hostels*. (Masters Thesis). University of Pennsylvania, Philadelphia, PA, U.S.A..
- Dunn, G. (2014a). The biggest LCCs by traffic, revenue and profit. *Flight Global*. Acedido a 21 de Agosto de 2014 em http://www.flightglobal.com/news/articles/analysis-the-biggest-lccs-by-traffic-revenue-and-profit-399691/?cmpid=NL_CIFGFGIFGNEP-2014-0821-GLOBnews&sfid=70120000000taAi
- Dunn, G. (2014b). Rerouting Ryanair. *Airline Business*, 30 (1), 48-49.
- Dunn, G. (2015). Head to Head. *Airline Business*, 31 (5), 28-29.
- Duval, D. (2007). *Tourism and Transport – Modes, Networks and Flows*. Clevedon, United Kingdom: Channel View Publications.
- Easton, G., & Koo, K. (2007). The importance of the Internet in Travel Planning and Destination Choice of the Independent Traveller. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 7/8, 165-184.
- ECA. (2002). *Low Cost Carriers in the European Aviation Single Market*. Brussels, Belgium: ECA Industrial Sub Group.
- Echevarne, R. (2008). The importance of attracting Low Cost Carriers to Airports. In A. Graham, A. Papatheodorou, & P. Forsyth (Eds.), *Aviation and Tourism: Implications for the Leisure Travel* (pp. 177-191). Surrey, United Kingdom: Ashgate.
- Echtner, C., & Jamal, T. (1997). The Disciplinary Dilemma of Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 24 (4), 868-883. doi:10.1016/S0160-7383(97)00060-1
- Eco, H. (1997). *Como se faz uma tese em Ciências Humanas*. Queluz de Baixo: Editorial Presença.
- Edwards, J. (2009). Decisions, Decisions... An exploratory of the decision-making processes of air travelers through qualitative research and a uk-wide panel survey. In *Proceedings of the European Transport Conference, Leeuwenhorst, Netherlands, October 5-10*. Association for European Transport.

- Elamiri, M. (2001). Major changes for Global Air Transport in the 21st Century. In *WTO seminar on Tourism and Transports, 25-26 May 2000* (pp. 15-52). Funchal: World Tourism Organization.
- ELFAA. (2004). *Liberalization of the European Air Transport: the benefits of low fares airlines to consumers, airports, regions and the environment*. Brussels, Belgium: ELFAA.
- ELFAA. (2007). *Members' statistics – December 2006*. European Low Fares Airline Association. Brussels, Belgium: ELFAA.
- ELFAA. (2013). *Members' statistics – December 2012*. European Low Fares Airline Association. Brussels, Belgium: ELFAA.
- ELFAA. (2014). *Members' statistics – December 2013*. European Low Fares Airline Association. Brussels, Belgium: ELFAA.
- ELFAA. (2015). *Members' statistics – December 2014*. European Low Fares Airline Association. Brussels, Belgium: ELFAA.
- Elias, J. (2014). 26º Congresso da AHP – Tour operação tem que ser regulada. *Turisver*, Ano XXIX, 822, 16-17.
- ENAC. (2013). *Dati di Traffico 2012*. Ente Nazionale per l'aviazione civile. Roma, Italia: Direzione Sviluppo Aeroporti.
- ENAC. (2014). *Dati di Traffico 2013*. Ente Nazionale per l'aviazione civile. Roma, Italia: Direzione Sviluppo Aeroporti.
- ENAC. (2015). *Dati di Traffico 2014*. Ente Nazionale per l'aviazione civile. Roma, Italia: Direzione Sviluppo Aeroporti.
- ETC. (2006). *European Tourism Insight 2005 – Outlook for 2006*. Brussels, Belgium: European Travel Commission.
- ETC. (2014). *European Tourism in 2014: Trends & Prospects (Q3/2014)*. ETC Market Intelligence. Brussels, Belgium: European Travel Commission.
- ETC. (2015). *European Tourism in 2014: Trends & Prospects (Q4/2014)*. ETC Market Intelligence. Brussels, Belgium: European Travel Commission.
- Europa Press. (2015). Ryanair anuncia una base en Santiago a partir de 2016. *Faro de Vigo*. Acedido a 22 de setembro em <http://www.farodevigo.es/gran-vigo/2015/09/10/ryanair-anuncia-base-santiago-partir/1311413.html>
- European Cities Marketing. (2014). Youth tourism generated over 182 billion dollars in tourism receipts in 2013, representing 200 million international trips a year. *European Cities Marketing*. Acedido a 29 de junho de 2014 em

- <http://www.europeancitiesmarketing.com/youth-tourism-generated-182-billion-dollars-tourism-receipts-2013-representing-200-million-inter-national-trips-year/>
- European Commission. (2010a). *Europe, the world's N° 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe*. COM (2010) 352 final, Brussels, Belgium.
- European Commission. (2010b). *Tourism: keeping Europe the world's top destination*. Memo/10/289, Brussels, Belgium.
- Exceltur. (2015). Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: Impactos y retos asociados. *Exceltur*. Acedido a 7 de julho de 2015 em <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/06/Alojamiento-tur%C3%ADstico-en-viviendas-de-alquiler-Impactos-y-retos-asociados.-Informe-completo.-Exceltur.pdf>
- Fageda, X., & Fernández-Villadangos, L. (2009). Triggering competition in the Spanish airline market: The role of airport capacity and low-cost carriers. *Journal of Air Transport Management*, 15 (1), 36-40. doi:10.1016/j.jairtraman.2008.07.002
- Fageda, X., Suau-Sanchez, P., & Mason, K. (2015). The evolving low-cost business model: Network implications of fare bundling and connecting flights in Europe. *Journal of Air Transport Management*, 42, 289-296. doi:10.1016/j.jairtraman.2014.12.002
- Faria, N. (2013, julho 14). Alugar a casa aos turistas que passam para remediar os males da crise que fica. *Jornal Público*, Ano XXIV, 8495, pp. 10-11.
- Felismino, E. (2014, julho 16). EasyJet investe 73,5 milhões na segunda base operacional em Portugal. *Diário Económico*, 5965, p. 31.
- Ferreira, A. (2015, março 7). Pousadas da Juventude são como o Tintin: dos 7 aos 77. *Diário de Notícias*, Ano 151, 53284, p. 16.
- Ferreira, J. (2015, abril 11). Santa Casa de Lisboa vai apostar no turismo low-cost. *Jornal Expresso – Economia*, 2215, p. 24.
- Ferrer-Rossell, B., Martínez-García, E., & Coenders, G. (2014). Package and no-frills air carriers as moderators of length of stay. *Tourism Management*, 42, 114-122. doi:10.1016/j.tourman.2013.11.002
- Fink, A. (2003). *How to sample in surveys*. Thousand Oaks, U.S.A.: Sage Publications.
- Firth, T., & Hing, N. (1999). Backpacker hostels and their guests: attitudes and behavior relating to sustainable tourism. *Tourism Management*, 20, 251-254.
- Flight. (1948a). Civil Aviation News – Atlantic Excursion Fares. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. LIV, 2072, 292.

- Flight. (1948b). Civil Aviation News – I.A.T.A Agreement on future air rates. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. LIV, 2084, 654.
- Flight. (1949). Civil Aviation News. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. LVI, 2134, 654.
- Flight. (1951a). From All Quarters – Cheaply to Paris. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. LX, 2239, 770.
- Flight. (1951b). Nice Conference ends. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. LX, 2240, 817.
- Flight. (1952a). Civil Aviation – low fare influence. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. LXII, 2272, 163.
- Flight. (1952b). New Field and New Fleets. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. LXI, 2260, 1349.
- Flight. (1952c). Tapping a new market. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. LXI, 2259, 564-565.
- Flight. (1953). Lower Airline Fares in Europe. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. LXIII, 2296, 88.
- Flight. (1956). From All Quarters – New Fares to the New World. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. 69, 2475, 828.
- Flight. (1957). Down With Airline Fares – The Background of I.A.T.A's Big Decision. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. 72, 2552, 913.
- Flight. (1958a). A Force for Good. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. 73, 2569, 487.
- Flight. (1958b). Civil Aviation – Eagle's Big Surprise. *Flight and Aircraft Engineer*, Vol. 74, 2605, 986.
- Flight. (1959). Air commerce – Follow my Leader. *Flight Airspace, Spacecraft, Missiles*, Vol. 75, 2612, 461.
- Flight. (1960). The way BEA sees it. *Flight Airspace, Spacecraft, Missiles*, Vol. 77, 2665, 483-484.
- Flight. (1966). Air Transport – Laker Airways. *Flight International*, Vol. 89, 2970, 207-208.
- Flight. (1969). World Airline Survey. *Flight International*, Vol. 95, 3135, 549-600.
- Flight. (1971a). BCAL applies for walk-on fares. *Flight International*, Vol. 100, 3272, 848.
- Flight. (1971b). Laker's low-fare challenge. *Flight International*, Vol. 100, 3252, 42.
- Flight. (1977). Air Transport – First Skytrain leaves on Monday. *Flight International*, Vol. 112, 3576, 875.

- Flight. (1982). World News – Laker cash flow fails to impress creditors. *Flight International*, Vol. 121, 3797, 330.
- Flight. (1998). Routes. *Flight International*, Vol. 153, 4630, 16.
- Flight International. (2015). Briefing – Ryanair Backtracks on Long-Haul approval strategy. *Flight International*, Vol. 187, 5482, 6.
- Forsyth, P., King, J., & Rodolfo, L. (2006). Open Skies in ASEAN. *Journal of Air Transport Management*, 12 (3), 143-152. doi:10.1016/j.jairtraman.2005.11.004
- Fox, L. (2015, Maio 6). Ryanair completes distribution hat-trick with Sabre agreement. *Tnooz*. Acedido a 11 de maio de 2015 em <http://www.tnooz.com/articles/ryanair-sabre-gds-distribution/>
- Francis, G., Dennis, N., Ison, S., & Humphreys, I. (2007). The transferability of the low cost model to long-haul operations. *Tourism Management*, 28, 391-398. doi:10.1016/j.tourman.2006.04.014
- Francis, G., Humphreys, I., & Iso, S. (2004). Airports' perspectives on the growth of low-cost airlines and the remodeling of the airport-airline relationship. *Tourism Management*, 25 (4), 507-514. doi:10.1016/S0261-5177(03)00121-3
- Freitas, M. (2013, Agosto 24). Turismo estimula reabilitação urbana. *Jornal Expresso – Economia*, 2130, p. 25.
- Gaggi, M., & Narduzzi, E. (2006). *Low Cost: o fim da classe média*. (M. Ruas Trad.). Alfragide: Teorema. (Originalmente publicado em 2006).
- Gameiro, C. (2013). *Service quality in hostels*. (Dissertação de mestrado). ISCTE, Lisboa.
- Gee, C., & Fayos-Sole, E. (1997). *International Tourism: a global perspective*. Madrid, Spain: World Tourism Organisation.
- Gentile, R. (2014, dezembro 23). UberPop, Gnammo e BlaBlaCar: I pericoli (anche per il turismo) della sharing economy. *TTG Italia*. Acedido a 24 de dezembro de 2014 em http://www.ttgitalia.com/stories/whatsup/104543_uberpop_gnammo_e_blabla_car_i_pericoli_anche_per_il_turismo_della_sharing_economy/
- Getz, D. (1986). Models in Tourism Planning: Towards Integration of Theory and practice. *Tourism Management*, 7 (1), 21-32. doi:10.1016/0261-5177(86)90054-3
- Ghiglione, R., & Matalon, B. (1997). *O inquérito: Teoria e prática*. Oeiras: Celta Editora.

- Giacinto, V., & Migliardi, A. (2014). Low cost carriers and foreign tourism inflows: a cointegrat VAR analysis in Italy. *Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 5 (9), 1-23.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, B. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (10th ed.). Hoboken, NJ, U.S.A.: John Wiley & Sons.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, B. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (12th ed.). Hoboken, NJ, U.S.A.: John Wiley & Sons.
- Gonçalves, S. (2009). *The impact of Low-Cost Airlines on Madeira islands*. (Dissertação de mestrado). ISCTE Business School, Lisboa.
- Graham, A., & Dennis, N. (2010). The impact of low cost airline operations to Malta. *Journal of Air Transport Management*, 16, 127-136. doi:10.1016/j.jairtraman.2009.07.006
- Graham, B., & Shaw, J. (2008). Low-cost airlines in Europe: Reconciling liberalization and sustainability. *Geoforum*, 39, 1439-1451. doi:10.1016/j.geoforum.2007.12.006
- Gross, S., & Lück, M. (2011). Flying for a buck or two: Low-Cost Carriers in Australia and New Zealand. *European Journal of Transport and Infrastructure Research*, 11(3), 297-319.
- Gross, S., Lück, M., & Schröderet, A. (2013). The Low Cost Carrier – A Worldwide Phenomenon?!. In S. Gross, & M. Lück (Eds.), *The Low Cost Carrier Worldwide* (pp. 4-15). Surrey, United Kingdom: Ashgate Publishing Limited.
- Grupo TAP. (2015). *Relatório Anual 2014*. Lisboa: TAP SGPS, S.A..
- Gruppo CLAS. (2005). *Gli effetti economici dello sviluppo dell' aeroporto di Milano – Orio al Serio*. Bergamo, Italia: Gruppo CLAS.
- Guerra, I. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo – sentidos e formas de uso*. (reimpressão 2012). Cascais: Princípia.
- Haanappel, P. (1992). Bilateralism and Multilateralism in EEC – NON-EEC Commercial Air Transport Relations. In T. Masson-Zwaan, & P. Leon (Eds.), *Air and Space Law: De Lege Ferenda: Essays in Honour of Henri A. Wassenberg* (pp. 173-178). The Hague, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
- Haanappel, P. (2003). *The Law and Policy of Air Space and Outer Space: A Comparative Approach*. The Hague, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
- Hall, D. (2005). *Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility*. Essex, England: Pearson Education Limited.

- Hannam, K., & Diekmann, A. (2010). From Backpacking to Flashpacking: Developments in Backpacker Tourism Research. In K. Hannam, & A. Diekmann (Eds.), *Beyond backpacker tourism: Mobilities and Experience* (pp. 1-7). Bristol. United Kingdom: Channel View Publications.
- Hartley, R. (2008). *Managing Mistakes and Successes*. Hoboken, NJ, U.S.A.: John Wiley and Sons.
- Hecht, J., & Martin, D. (2006). Backpacking and hostel-picking: an analysis from Canada. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18 (1), 69-77. <http://dx.doi.org/10.1108/09596110610641993>
- Helgstrand, A. (1976). *Charters – Yesterday, Today & Tomorrow*. Brussels, Belgium: AEA.
- Hemmerdinger, J. (2013). No more red with Rouge. *Airline Business*, 29 (8), 8.
- Henriques, J. (2014, agosto 31). A Turistificação de Lisboa e Porto ainda pode crescer. *Jornal Público*, Ano XXV, 8906, pp. 8-14.
- Hill, M., & Hill, A. (2005). *Investigação por questionário*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Hille, K. (2014, agosto 3). Aeroflot subsidiary grounded by European sanctions. *Financial Times*. Acedido a 21 de Agosto de 2014 em <http://www.ft.com/cms/s/0/f2bbcb6c-1b31-11e4-a633-00144feabdc0.html#axzz3B4NDytXt>
- Hilliard, M. (2013, abril 11). WRI acquires HostelBookers. *Irish Times*. Acedido a 10 de outubro de 2013 em <http://www.irishtimes.com/business/wri-acquires-hostelbookers-1.1357196>
- HNN. (2014). The impact of the sharing economy on hotels – an analysis of Airbnb and alternative accommodations. Hotels News Now Special Report. *HNN*. Acedido a 18 de janeiro de 2015 em <http://www.hotelnewsnow.com/Article/14346/The-impact-of-the-sharing-economy-on-hotels>
- Hofmann, K. (2014, agosto 22). Lufthansa, Turkish Airlines: No decision on Sun Express long-haul LCC. *Air Transport World*. Acedido a 25 de Agosto de 2014 em <http://atwonline.com/airports-routes/lufthansa-turkish-airlines-no-decision-sun-express-long-haul-lcc>
- Hofmann, K. (2015, março 5). Lufthansa LCC Eurowings to start long-haul flights Oct. 25. *Air Transport World*. Acedido a 18 de março de 2015 em <http://atwonline.com/airports-routes/lufthansa-lcc-eurowings-start-long-haul-flights-oct-25>

- Holliday, K. (2014). 'Postels' and 'braggies': Travel trends of 2015. *CNBC*. Acedido a 23 de abril de 2015 em <http://www.cnbc.com/2014/11/04/poshtels-and-braggies-travel-trends-of-2015.html>
- Holloway, S. (2008). *Straight and Level: Practical Airline Economics* (Third edition). Hampshire, England: Ashgate.
- Holloway, J. C., & Taylor, N. (2006). *The Business of Tourism* (7th ed.). Essex, England: Pearson Education Limited.
- HomeAway. (2014). *Primer Barómetro HomeAway del Alquiler Vacacional en España*. España: HomeAway Spain, SL..
- Hostelling International. (s.d.). What is a hostel? *Hostelling International*. Acedido em 14 de janeiro de 2014 em <https://www.hihostels.com/faq/hostels-and-owner-partner-queries#about>
- Hostelling International Canada. (s.d.). The hostelling history begins in 1909. *Hostelling International Canada*. Acedido em 14 de janeiro de 2014 em <http://www.hihostels.ca/1062/Home/About-HI-Canada/HI-Canada-History/Richard-Schirrmann/index.hostel>
- Hostelling International Slovenia. (s.d.). In the year 2009 the youth hostels celebrate their 100th anniversary/The idea was born in Germany. *Hostelling International Slovenia*. Acedido em 14 de janeiro de 2014 em <http://www.youth-hostel.si/anglesko/links-det.asp?id=76>
- Hosteltur. (2013a, outubro 10). El alquiler vacacional ha crecido un 300% en tres años. *Hosteltur*. Acedido a 13 de novembro de 2014 em http://www.hosteltur.com/115820_alquiler-vacacional-ha-crecido-300-tres-anos.html
- Hosteltur. (2013b, junho 13). Los alquileres vacacionales legales generan una economía sumergida de 2.900 M €. *Hosteltur*. Acedido a 13 de novembro de 2014 em http://www.hosteltur.com/157600_alquileres-vacacionales-alegales-generan-economia-sumergida-2900-m.html
- Hosteltur. (2014a, setembro 10). La dispersión normativa del alquiler vacacional perjudica a la economía española. *Hosteltur*. Acedido a 13 de novembro de 2014 em http://www.hosteltur.com/172040_dispersion-normativa-alquiler-vacacional-perjudica-economia-espanola.html
- Hosteltur. (2014b, novembro 14). Las viviendas turísticas provocan un acalorado debate en Baleares. *Hosteltur*. Acedido a 13 de dezembro de 2014 em http://www.hosteltur.com/184200_viviendas-turisticas-provocan-acalorado-debate-baleares.html

- Hosteltur. (2014c, outubro 24). Los hoteleros alertan: 11 millones de extranjeros no se alojan en casa de familiares y amigos. *Hosteltur*. Acedido a 13 de novembro de 2014 em http://www.hosteltur.com/180290_hoteleros-alertan-11-millones-extranjeros-no-se-alojan-casa-familiares-amigos.html
- Hosteltur. (2015a, janeiro 13). Airbnb comercializa en España en plazas el equivalente a 592 hoteles. *Hosteltur*. Acedido a 20 de janeiro de 2015 em http://www.hosteltur.com/191920_airbnb-comercializa-espana-plazas-equivalente-592-hoteles.html
- Hosteltur. (2015b, abril 24). La paradoja del low cost: las empresas quieren huir ahora de los precios más bajos. *Hosteltur*. Acedido a 26 de abril de 2015 em http://www.hosteltur.com/110762_paradoja-low-cost-empresas-quieren-huir-ahora-precios-bajos.html
- Hosteltur. (2015c, maio 6). La vivienda vacacional ya duplica en camas la oferta hotelera en Europa. *Hosteltur*. Acedido a 15 de maio de 2015 em http://www.hosteltur.com/110921_vivienda-vacacional-ya-duplica-camas-oferta-hotelera-europa.html
- Hostelworld. (2013). Web Reservations International Response to OFT Decision. *Hostelworld*. Acedido a 10 de outubro de 2014 em <http://www.hostelworld.com/press/Web-Reservations-International-Response-to-OFT-Decision>
- Hyde, K., & Lawson, R. (2003). The Nature of Independent Travel. *Journal of Travel Research*, 42, 13-23. doi: 10.1177/0047287503253944
- IATA. (2010). Iata Economic Briefing - The Impact of Eyjafjallajökull's Volcanic Ash Plume. *IATA*. Acedido a 14 de junho de 2014 em <http://www.iata.org/whatwedo/Documents/economics/Volcanic-Ash-Plume-May2010.pdf>
- IATA. (2011). *Vision 2050*. Singapore: IATA.
- IATA. (2014a). *Economic Performance of the Airline Industry – 2014 end-year report (December 2014)*. Geneva, Switzerland: IATA.
- IATA. (2014b). *Economic Performance of the Airline Industry – 2014 mid-year report (June 2014)*. Geneva, Switzerland: IATA.
- IATA. (2015a). *Economic Performance of the Airline Industry – 2015 mid-year report (June 2015)*. Geneva, Switzerland: IATA.
- IATA. (2015b). *Forgone Economic Benefits from Airport Capacity Constraints in EU 28 in 2035*. Geneva, Switzerland: IATA.
- IASTA. (1944). International Air Services Transit Agreement, Signed at Chicago on 7 December 1944 (TRANSIT AGREEMENT). *McGill University*. Acedido a 18 de março de 2013 em <http://www.mcgill.ca/files/iasl/chicago1944b.pdf>

- IATrA. (1944). International Air Transport Agreement, Signed at Chicago on 7 December 1944 (TRANSPORT AGREEMENT). *McGill University*. Acedido a 18 de março de 2013 em <http://www.mcgill.ca/files/iasl/chicago1944c.pdf>
- Iatrou, K., & Tsitsiragou, E. (2008). Leisure Travel, Network Carriers and Alliances. In A. Graham, A. Papatheodorou, & P. Forsyth (Eds.), *Aviation and Tourism: Implications for the Leisure Travel* (pp. 137-146). Surrey, United Kingdom: Ashgate Publishing Limited.
- ICAO. (2003). European Experience of Air Transport Liberalization (Feb 2003). *International Civil Aviation Organization*. Acedido a 14 de março de 2013 em http://www.icao.int/sustainability/CaseStudies/StatesReplies/EuropeLiberalization_En.pdf
- ICAO. (2008). *Annual Report of the Council 2007 (Doc 9898)*. Montreal, Canada: International Civil Aviation Organization.
- ICAO. (2013). Aviation and Tourism - Hand in Hand for Sustainability. *International Civil Aviation Organization*. Acedido a 15 de junho de 2014 em http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/18_statement_icao-unwto_13.pdf
- ICAO. (2014). Annual Report of the Council 2013. *International Civil Aviation Organization*. Acedido a 2 de fevereiro de 2015 em <http://www.icao.int/annual-report-2013/Pages/default.aspx>
- ICAO. (2015). Annual Report of the Council 2014. *International Civil Aviation Organization*. Acedido a 31 de julho de 2015 em <http://www.icao.int/annual-report-2014/Pages/default.aspx>
- IdeaWorks. (2013). Reported Airline Ancillary Revenue Surged to \$27.1 Billion in 2012-Up 19.6% in One Year. *IdeaWorks*. Acedido a 6 de janeiro de 2014 em <http://www.ideaworkscompany.com/wp-content/uploads/2013/06/Press-Release-78-Ancillary-Revenue-Top-101.pdf>
- IdeaWorks. (2014). 2013 Airline Ancillary Revenue Lifts to \$31.5 Billion – Up Nearly 1200% Since 2007. *IdeaWorks*. Acedido a 24 de agosto de 2014 em <http://www.ideaworkscompany.com/wp-content/uploads/2014/07/Press-Release-89-Ancillary-Revenue-Top-10.pdf>
- IdeaWorks. (2015). Ancillary Revenue Report Series for 2015: The CarTrawler Yearbook of Ancillary Revenue. *IdeaWorks*. Acedido a 22 de outubro de 2015 em <http://www.ideaworkscompany.com/wp-content/uploads/2015/09/2015-Ancillary-Revenue-Yearbook.pdf>

- IET. (2012). *Turismo, tráfico aéreo y compañías aéreas de bajo coste en el año 2011*. Madrid, España: Instituto de Estudios Turísticos.
- IET. (2013). *Turismo, tráfico aéreo y compañías aéreas de bajo coste en el año 2012*. Madrid, España: Instituto de Estudios Turísticos.
- IET. (2014). *Turismo, tráfico aéreo y compañías aéreas de bajo coste en el año 2013*. Madrid, España: Instituto de Estudios Turísticos.
- IET. (2015). Nota de Coyuntura de Compañías de Bajo Coste correspondiente a diciembre de 2014. *Instituto de Estudios Turísticos*. Acedido em 7 de fevereiro de 2015 em <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/compania bajocoste/mensuales/Nota%20CBC%20diciembre%2014.pdf>
- INAC. (2012). *Impacto das Transportadoras de Baixo Custo no Transporte Aéreo Nacional*. Lisboa: Instituto Nacional de Aviação Civil.
- INAC. (2013). *Anuário da Aviação Civil 2012*. Lisboa: Instituto Nacional de Aviação Civil.
- INAC. (2014). *Anuário da Aviação Civil 2013*. Lisboa: Instituto Nacional de Aviação Civil.
- INE. (s.d.). Contas Nacionais SEC1995 - Consumo do turismo no território económico por tipo de turismo e produto. *Instituto Nacional de Estatística*. Acedido a 15 de junho de 2014 em http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=cn_quadros &boui=95393137
- INE. (2001). *Estatísticas de Transportes e Comunicações 2000*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2002-2012). *Estatísticas de Transportes (2001 – 2011)*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2003-2014a). *Anuário Estatístico da Região de Lisboa (2004 – 2015)*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2003-2014b). *Anuário Estatístico da Região Norte (2004 – 2015)*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2013). *Estatísticas do Turismo 2012*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2013-2014). *Estatísticas de Transportes e Comunicações (2012 – 2013)*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2014). *Estatísticas do Turismo 2013*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2015a). Dormidas de não residentes continuaram em crescimento - Junho de 2015. *Instituto Nacional de Estatística*. Acedido a 15 de agosto de 2015 em

- https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=224623559&DESTAQUESmodo=2
- INE. (2015b). *Estatísticas do Turismo 2014*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Iñiguez, T., Plumed, M., & Martinez, M. (2014). Ryanair and Spain: Air connectivity and tourism from the perspective of complex networks. *Tourism & Management Studies*, 10 (1), 46-52.
- Intervistas. (2006). *The economic impact of Air Service Liberalization*. Washington, U.S.A.: InterVISTAS-ga2 Consulting Inc..
- IPDJ. (s.d.). Missão e Atribuições. *Instituto Português do Desporto e Juventude*. Acedido a 30 de novembro de 2014 em <http://www.ipdj.pt/missao.html>
- IPDT. (2011-2014). *Perfil dos Turistas do Porto e Norte de Portugal – análise trimestral*. Porto: Instituto de Turismo.
- IPDT. (2015). *Perfil dos Turistas do Porto e Norte de Portugal – 2014*. Porto: Instituto de Turismo.
- Ishak, S. (2014a). Low-Cost Carrier Financials. *Airline Business*, 30 (5), 38.
- Ishak, S. (2014b). Low-Cost Carrier Traffic. *Airline Business*, 30 (5), 36-37.
- Ishak, S. (2014c). 2013 The World Airline Rankings – Top 200 Passenger Operations. *Airline Business*, 30 (6), 44-49.
- Ishak, S. (2015a). Low-Cost Carrier Financials. *Airline Business*, 31 (5), 41.
- Ishak, S. (2015b). Low-Cost & Leisure Traffic. *Airline Business*, 31 (5), 36-37.
- Ito, H., & Lee, D. (2003). Low cost carrier growth in the U.S. airline industry: past, present, and future. *Brown University Department of Economics*. Acedido a 11 de Março de 2013 em http://www.brown.edu/Departments/Economics/Papers/2003/2003-12_paper.pdf
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica (The Scientification of Tourism). *Política y Sociedad*, 42 (1), 39-56.
- Jafari, J., & Aaser, D. (1988). Tourism as the subject of doctoral dissertations. *Annals of Tourism Research*, 15 (3), 407-429. doi:10.1016/0160-7383(88)90030-8
- Jafari, J., & Ritchie, J. (1981). Toward a framework for tourism education: Problems and prospects. *Annals of Tourism Research*, 8 (1), 13-34. doi:10.1016/0160-7383(81)90065-7
- Jayapalan, N. (2001). *An Introduction to Tourism*. New Delhi, India: Atlantic Publishers and Distributers - The Publishers.

- Jetstar. (s.d.). Our company. *Jetstar*. Acedido a 20 de agosto de 2015 em <http://www.jetstar.com/au/en/about-us/our-company>
- Jiang, S. (2015, junho 26). Jetstar bid for Hong Kong rejected. *South China Morning Post*. Acedido a 20 de Agosto de 2015 em <http://www.scmp.com/business/companies/article/1826650/jetstar-bid-hong-kong-licence-rejected>
- Jimenez, E., Claro, J., & Sousa, J. (2012). Spatial and commercial evolution of aviation networks: a case study in mainland Portugal. *Journal of Transport Geography*, 24, 383–395. doi:10.1016/j.jtrangeo.2012.04.011
- JOCE. (1983). Directiva do Conselho n.º 83/416/CEE de 25 de julho. Jornal Oficial das Comunidades Europeias, n.º L 237/19 de 26 de agosto, relativa à autorização de serviços aéreos regulares inter-regionais de passageiros, correio e carga entre os Estados-membros.
- JOCE. (1986). Acto Único Europeu. Jornal Oficial das Comunidades Europeias, n.º L 169/1 de 29 de junho.
- JOCE. (1987). Jornal Oficial das Comunidades Europeias, n.º L 374 de 31 de dezembro.
- JOCE. (1990). Jornal Oficial das Comunidades Europeias, n.º L 217 de 11 de agosto.
- JOCE. (1992). Jornal Oficial das Comunidades Europeias, n.º L 240 de 24 de agosto.
- Jones, V. (2014). 2014 - A Year in Review. *Routes*. Acedido a 17 de janeiro de 2015 em <http://www.routesonline.com/news/29/breaking-news/246199/2014-a-year-in-review/>
- Jordan P. (2012). In focus: tourism, aviation and UNWTO. In World Tourism Organization (Ed.), *Global Report in Aviation: responding to needs of new tourism markets and destinations, AM Reports – Number Five* (pp. 9-13). Madrid, Spain: UNWTO.
- Jordan, P. (2015). Geração do novo milénio: os viajantes do futuro estão aqui. *Tourism Trends Review*, 9, 104-107.
- Jornal de Notícias. (2012, março 25). Só 10 dos 26 Hostels do Porto estão legalizados. *Jornal de Notícias*. Acedido a 17 de janeiro de 2015 em http://www.jn.pt/paginainicial/pais/concelho.aspx?Distrito=Porto&Concelho=Porto&Option=Interior&content_id=2383449&page=-1
- JOUE. (2008). Regulamento (CE) n.º 1008/2008 do Parlamento Europeu e do Conselho, relativo a regras comuns de exploração dos serviços aéreos na Comunidade. L 293 de 24 de setembro de 2008. Jornal Oficial da União Europeia.

- Jovicic, Z. (1988). A Plea for Tourismological Theory and Methodology. *Revue de Tourisme*, 43 (3), 2-5.
- Kachaner, N., Lindgardt, Z., & Michael, D. (2011). Innovating low-cost business model. *Strategy & Leadership*, 39 (2), 43-48.
- Kahane, R. (1997). *The origin of Post Modern Youth: informal youth movements in a comparative perspective*. Berlin, Germany: Walter de Gruyter & Co..
- Kairos. (2012). A Brief History Of Youth Work. *Kairos North America, Issue 51*, February 2012.
- Karp, A. (2015, janeiro 22). Southwest Airlines earns record \$1.14 billion net profit. *Air Transport World*. Acedido a 24 de janeiro de 2015 em <http://atwonline.com/finance-data/southwest-airlines-earns-record-114-billion-2014-net-profit>
- Keeley, P. (1995). The international backpacker market in Britain. *Insight*, B1–15.
- Kennedy Report. (1975). *Hearings before the Subcommittee on Administrative Practice and Procedure of the Committee on the Judiciary*. United States Senate, Ninety-Fourth Congress, First Session on Oversight of Civil Aeronautics Board Practices and Procedures, Volume 1. Washington, DC, U.S.A.: U.S. Government Printing Office.
- Kingsley-Jones, M. (2015). Beating the Odds. *Airline Business*, 31 (2), 16-19.
- Kingston, B. (2006). From London to New York: Opening up the skies. *Student Economic Review*, 20, 81-93.
- Klophaus, R., Conrady, R., & Fichert, F. (2012). Low cost carriers going hybrid: Evidence from Europe. *Journal of Air Transport Management*, 23, 54-58. doi:10.1016/j.jairtraman.2012.01.015
- Kopper, C. (2009). The breakthrough of the package tour in Germany after 1945. *Journal of Tourism History*, 1 (1), 67-92. <http://dx.doi.org/10.1080/17551820902742798>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: From Products to Customers to the human spirit*. Hoboken, NJ, U.S.A.: John Wiley & Sons.
- Krejcie, R., & Morgan, D. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological measurement*, 30, 607-610. doi: 10.1177/001316447003000308
- Lakatos, I. (1970). Falsification and the Methodology of Scientific Research Programmes. In I. Lakatos, & A. Musgrave (Eds.), *Criticism and the Growth of Knowledge* (pp. 91-196). New York, U.S.A.: Cambridge University Press.

- Langfield, A. (2014, setembro 26). PEOPLExpress Airlines grounded after just 3 months in business. *CNBC*. Acedido a 11 de maio de 2015 em <http://www.cnbc.com/id/102000435>
- Lara, J. (2014). *The Independent Hostel & Suites – Understanding what moves its customers*. (Dissertação de mestrado). Universidade Católica Portuguesa, Lisboa.
- Laureano, R. (2011). *Testes de hipóteses com o SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Laurino, A., & Beria, P. (2014). Low-cost carriers and secondary airports: Three experiences from Italy. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3 (3), 180-191. doi:10.1016/j.jdmm.2014.05.001
- Law, R., Leung, D., & Lee, H. (2012). An Analysis of Publications in the Journal of China Tourism Research. *Journal of China Tourism Research*, 8 (1), 37-60. DOI:10.1080/19388160.2012.648110
- Learmount, D. (2015a). Charm Offensive. *Airline Business*, 31 (5), 30-31.
- Learmount, D. (2015b). O’Leary admits mistakes as Ryanair softens image. *Flight International*, Vol. 187, 5487, 24-25.
- Ledo, W. (2015, fevereiro 23). ANA e Turismo de Portugal fecham acordo para promoção turística do país. *Jornal de Negócios*. Acedido a 23 de abril de 2015 em http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo___lazer/detalhe/ana_e_turismo_d_e_portugal_fecham_acordo_para_promover_promocao_turistica.html
- Lee, T. (2013). *Top 10 Trends of the next generation of travel: The Millennials*. New York, U.S.A.: HVS.
- Lei, Z. (2006). *Measuring Regional Economic Effects of Low-cost Carriers in the UK: A Panel Data Econometric Approach*. (PhD Thesis). University of Surrey, United Kingdom.
- Lemaresquier, C. (2008). *Competition in the international backpacker hostel industry: Cross comparison in the Top Five backpackers’ destinations (London, Barcelona, Dublin, Paris and Rome) to find out how well is Isaacs Hostel (Dublin, Ireland) performing?*. (MSc in International Business). Dublin Business School, Ireland.
- Ley 4/2013 de 4 de junio. Boletín Oficial del Estado nº 134, que establece medidas de flexibilização e fomento do mercado de aluguer de moradias. Ministério de la Presidencia. Gobierno de España.
- Lian, J., & Denstadli, J. (2010). Booming Leisure Air Travel to Norway – the role of Airline Competition. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10 (1), 1-15.

- Limão, J. (2014, julho 17). Falta escala ao país para mais cadeias hoteleiras. *OJE*, 1645, p. 8.
- Lin, H., & Huang, Y. (2015). Factors affecting passenger choice of low cost carriers: An analytic network process approach. *Tourism Management Perspectives*, 16, 1-10. doi:10.1016/j.tmp.2015.05.005
- LLH Hostels. (s.d.). About us and our hostels. *Lisbon Lounge Hostel*. Acedido a 11 de novembro de 2014 em http://www.lisbonloungehostel.com/LLH_our_city_guide.pdf
- Lloyd, K. (1977). Flying the capital way. *Historic Alexandria Quartely*, winter 1977, 2, (4), 1-12. Acedido a 8 de março de 2014 em <http://alexandriava.gov/uploadedfiles/historic/haq/haqwin97.pdf>
- Locker-Murphy, L., & Pearce, P. (1995). Young Budget Travelers: Backpackers in Australia. *Annals of Tourism Research*, 22, 819-843. doi:10.1016/0160-7383(95)00026-0
- Lohmann, G., & Pearce, D. (2012). Tourism and Transport Relationships: The suppliers' perspective in gateway destinations in New Zealand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17 (1), 14-29. DOI: 10.1080/10941665.2011.613211
- Lopes, E. (2010). *A constelação do turismo na Economia Portuguesa*. Lisboa: Ed. Jornal Sol.
- Loureiro, R. (2015, fevereiro 3). Alojamento local “é um problema que está tudo a fingir que não vê”. *Ambitur*. Acedido a 5 de fevereiro de 2015 em <http://www.ambitur.pt/site/news.asp?news=37754>
- Lourenço, R. (2008). *O impacto das companhias low cost no mercado português*. (Relatório de Projeto). Faculdade de Engenharia, Universidade do Porto, Porto.
- Lovelady, L. (2013). Dual-Strategy Airline. *Ascend*, 4, 15-19.
- Lufthansa Group. (2015). Investor Info December 2014. *Lufthansa Group Investor Relations*. Acedido a 24 de maio de 2015 em <http://investor-relations.lufthansa-group.com/fileadmin/downloads/en/financial-reports/traffic-figures/Lufthansa/2014/LH-Investor-Info-2014-12-e.pdf>
- Lumsdon, L., & Page, S. (2004). *Tourism and Transport: Issues and agenda for the new millennium*. Boston, U.S.A.: Elsevier, Ltd..
- Luz, C. (2014, março 28). Turismo é a alavanca da reabilitação da Baixa. *Jornal de Notícias*, Ano 126, 300, p. 14.

- Luz, C. (2015, junho 2). Porto do futuro será mais do que Turismo. *Jornal de Notícias*, Ano 128, 1, p. 42.
- Machado, P. (2015). Bom Ano. *Publituris*, 1284, 4.
- Madlberger, M. (2009). What drives Firms to Engage in Interorganizational Information Sharing in Supply Chain Management?. *International Journal of e-Collaboration*, 5 (2), 18-42.
- Marcelino, I. (2015, março 13). Há 19 mil alojamentos portugueses na Airbnb. *Diário Económico*, 6130, p. 32.
- Marello, P. (2015). Ryanair to open 74th base in Gothenburg. *Routes*. Acedido a 4 de outubro de 2015 em <http://www.routesonline.com/news/29/breaking-news/249766/ryanair-to-open-74th-base-in-gothenburg/>
- Marquez, R. (2014). Las viviendas particulares dedicadas a la actividad de alojamiento turístico. Su exclusión de la ley de arrendamientos urbanos. *Revista Internacional de Doctrina y Jurisprudencia*, Número 06, Junio 2014. Acedido a 13 de dezembro de 2014 em http://www.ual.es/revistas/RevistaInternacionaldeDoctrinayJurisprudencia/pdfs/2014-06/articulos_viviendas-particulares.pdf
- Martínez-Garcia, E., Ferrer-Rosell, B., & Coenders, G. (2012). Profile of business and leisure travelers on low cost carriers in Europe. *Journal of Air Transport Management*, 20, 12-14. doi:10.1016/j.jairtraman.2011.09.002
- Martínez-Garcia, E., & Raya, J. (2008). Length of stay for low-cost tourism. *Tourism Management*, 29, 1064-1075. DOI: 10.1016/j.tourman.2008.02.011
- Martinez-Garcia, E. & Royo-Vela, M. (2010). Segmentation of low-cost flights users at secondary airports. *Journal of Air Transport Management*, 16, 234-237. doi:10.1016/j.jairtraman.2010.01.003
- Martinez, L., & Ferreira, A. (2007). *Análise de dados com SPSS – primeiros passos*. Lisboa: Escolar Editora.
- Maslen, R. (2015, abril 21). Norwegian adds Low-cost long-haul flights to San Juan. *Routes*. Acedido a 26 de abril de 2015 em <http://www.routesonline.com/news/29/breaking-news/248437/norwegian-adds-low-cost-long-haul-links-to-san-juan/>
- Mason, K. (2000). The propensity for business travelers to use short haul, low cost airlines. *Journal of Transport Geography*, 8 (2), 107-119.
- Mason, K. (2005). Observations of fundamental changes in the demand for aviation services. *Journal of Air Transport Management*, 11 (1), 19-25. doi:10.1016/j.jairtraman.2004.11.007

- Mason, K., & Alamdari, F. (2007). EU network carriers, low cost carriers and consumer behaviour: A Delphi study of future trends. *Journal of Air Transport Management*, 13, 299-310. doi:10.1016/j.jairtraman.2007.04.011
- Mason, K., & Morrison, W. (2008). Towards a means of consistently comparing airline business models with an application to the 'low cost' airline sector. *Research in Transportation Economics*, 24, 75-84. doi:10.1016/j.retrec.2009.01.006
- Mason, K., & Spring, M. (2011). The sites and practices of business models. *Industrial Marketing Management*, 40 (6), 1032–1041. doi:10.1016/j.indmarman.2011.06.032
- Matzer, K., Veider, V., & Kathan, W. (2015). Adaptar a uma economia de partilha - MIT Sloan Management Review. *Executive Digest*, 107, II Série, 35-40.
- McCulloch, J. (1991). *Backpackers: The growth sector of Australian Tourism*. Brisbane, Australia: Queensland Parliamentary Library.
- McCulloch, J. (1992). The Youth Hostels Association: Precursors and contemporary achievements. *The Journal of Tourism Studies*, 3 (1), 22-27.
- Melo, A. (2014, dezembro 6). Ryanair anuncia 20 voos por semana e base em São Miguel. *Açoriano Oriental*, Ano CLXXIX, 18834, p. 2.
- Melo, A. (2015, maio 27). Maioria dos turistas desconhecia Região mas recomenda o destino. *Açoriano Oriental*, Ano CLXXIX, 19004, p. 3.
- Mendes, D. (2014, março 28). Ryanair pretende superar a TAP em Lisboa em dois anos. *Jornal Público*, Ano XXV, 8750, p. 25.
- Mendes, S. (2014, setembro 22). Hostels. Um negócio em ascensão onde os portugueses dominam. *Jornal i*, Ano 6, 1864, p. 32.
- Merlino, D., & Quinby, D. (2015). *The Global State of Shared Space*. New York, U.S.A.: Phocuswright.
- Middleton, V., Fayal, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel and Tourism* (4th ed.). Burlington, MA, U.S.A.: Elsevier, Ltd..
- Mill, R., & Morrisson, A. (1985). *The tourism system*. New Jersey, U.S.A.: Prentice Hall.
- Miosic, B., Susac, V., & Milkovic, T. (2012). Interaction between Low-Cost Airlines and the development of tourist destinations. *2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference, 31st May-3rd June*. Corfu, Greece.
- Mishra, A. (1994). *Students and the hostel life*. New Delhi, India: Mittal Publication.
- Moisa, C. (2010a). Aspects of the Youth Travel Demand. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12 (2), 575-582.

- Moisa, C. (2010b). The distinctiveness of the youth travel product. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12 (2), 638-648.
- Monteiro, C. (2013a). Hotéis de 3 e 4 estrelas apostam em novos conceitos. *Publituris*, 1246, 34-35, 38-39.
- Monteiro, C. (2013b). Resultados ainda não são satisfatórios. *Publituris Hotelaria*, Ano 09, 94, 34-37.
- Monteiro, C. (2014a). Não há destinos maduros em Portugal para uma taxa turística. *Publituris*, 1266, 10-14.
- Monteiro, C. (2014b). Turismo lidera reabilitação de centros históricos. *Publituris Hotelaria*, Ano 10, 102, 30-36.
- Monteiro, C. (2015). Hostels aplaudem regulação, mas receiam falta de fiscalização. *Publituris*, 1286, 84-86.
- Moore, V. (2014, agosto 22). Norwegian opens Gatwick long-haul base. *Air Transport World*. Acedido a 25 de Agosto de 2014 em <http://atwonline.com/airports-routes/norwegian-opens-gatwick-long-haul-base>
- Moore, V. (2015a, maio 27). Ryanair eyes \$1 billion profit in 2015-16. *Air Transport World*. Acedido a 29 de maio de 2015 em <http://atwonline.com/finance-data/ryanair-eyes-1-billion-profit-2015-16>.
- Moore, V. (2015b, março 9). Ryanair to base five aircraft in Berlin. *Air Transport World*. Acedido a 18 de abril de 2015 em <http://atwonline.com/airports-routes/ryanair-base-five-aircraft-berlin>.
- Moreira, M., O'Connell, J., & Williams, G. (2011). The Viability of Long-Haul, Low Cost Business Models. *Journal of Air Transport Studies*, 2 (1), 69-91.
- Morrell, P. (1998). Air Transport Liberalization in Europe: The progress so far. *Journal of Air Transportation World Wide*, 3 (1), 42-60.
- Morrell, P. (2008). Can long-haul low-cost airlines be successful? *Research in Transportation Economics*, 24, 61-67.
- Morrisson, M., & Larmount, D. (2007, abril 11). Ryanair boss Michael O'Leary plans launch of transatlantic no-frills airline with fleet of 50 Airbus A350s or Boeing 787s. *Flightglobal*. Acedido a 26 de dezembro de 2014 em <http://www.flightglobal.com/articles/2007/04/11/213208/ryanair-boss-michael-oleary-plans-launch-of-transatlantic-no-frills-airline-with-fleet-of-50.html>
- Moutinho, J. (2010, maio/junho). O mercado dos charters. *Sirius*, pp. 60-62.

- Movijovem. (2015). Concurso - Concessões da Gestão de Pousadas de Juventude. *Movijovem*. Acedido a 15 de agosto de 2015 em <http://www.movijovem.pt/noticias/concurso-concess%C3%B5es-da-gest%C3%A3o-de-pousadas-de-juventude/>
- Muukkonen, M. (2008). Take a boy and raise him a man - The YMCA as a Pioneer of Youth Work. In *ISTR 8th International Conference, Barcelona, Spain, 9-12 July*. Baltimore, MD, U.S.A.: International Society for Third-Sector Research.
- Nash, R., Thyne, M., & Davies, S. (2006). An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: a case study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels Association. *Tourism Management*, 27, 525-532. doi:10.1016/j.tourman.2005.01.001
- Neto, V. (2015a). Afirmar a importância do Turismo na Economia. *Publituris*, 1288, 6.
- Neto, V. (2015b). Desafios do Turismo: como continuar a crescer. *Publituris*, 1285, 4.
- Nogueira, R. (2015, junho 1). Lisboetas sentem-se cada vez mais acossados pelos turistas. *Jornal Público*, Ano XXVI, 9178, p. 16.
- O'Connell, J., & Williams, G. (2005). Passengers' perceptions of low cost airlines and full service carriers: A study involving Ryanair, Aer Lingus, Air Asia and Malaysia Airlines. *Journal of Transport Management*, 11, 259-272. doi:10.1016/j.jairtraman.2005.01.007
- O'Gorman, K. (2006). The legacy of monastic hospitality: The rule of Benedict and rise of western monastic hospitality. *Hospitality Review*, 8 (3), 35-44.
- O'Gorman, K. (2009). Origins of the commercial hospitality industry: from the fanciful to factual. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21 (7), 777-790. <http://dx.doi.org/10.1108/09596110910985287>
- O'Gorman, K., Conti, Arch. M., & McAlpine, D. (2008). Hospitality in necessitudine: hospices, hostels and hospitals. *Hospitality Review*, 10 (2), 28-35.
- Oates, G., & Skift Staff. (2014). The rise of the Millennial Traveler. *Skift Report #9*. Acedido a 30 de junho de 2014 em <http://skift.com/2014/01/28/new-skift-trends-report-the-rise-of-the-millennial-traveler/>
- Obenour, W. (2004). Understanding the meaning of "journey" to budget traveler. *International Journal of Tourism Research*, 6 (1), 1-15. DOI: 10.1002/jtr.466
- Olipra, L. (2012). The impact of low-cost carriers on tourism development in less famous destinations. *CITTASLOW: il valore della lentezza per il turismo del futuro*, 13-14 giugno 2012. Perugia/Orvieto, Italia.

- Oliveira-Brochado, A., & Gameiro, C. (2013). Toward a better understanding of backpacker' motivations. *Tékhne – Review of Applied Management Studies*, 11 (2), 92-99. doi:10.1016/j.tekhne.2013.11.001
- Osborne, A. (2013, setembro 17). Ryanair Still Committed To Long-Haul Operation. *Aviation Week*. Acedido a 26 de dezembro de 2013 em http://www.aviationweek.com/Article.aspx?id=/article-xml/awx_09_17_2013_p0-617339.xml
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Models Generation*. Hoboken, NJ, U.S.A.: John Wiley and Sons.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Tucci, C. (2005). Clarifying Business Models: Origins, Present and Future of the Concept. *Communications of the Association for Information Systems*, Volume 15, 1-25.
- Owyang, J., Tran, C., & Silva, C. (2013). *The collaborative Economy*. Altimeter Research Theme: Digital Economies. San Mateo, California, U.S.A.: Altimeter Group.
- Ozer, K., & Saldamli, A. (2015). Evaluation of Competition Conditions in the Hotel Sector in Istanbul. *International Review of Management and Marketing*, 5 (2), 102-107. Acedido a 6 de Agosto de 2015 em <http://www.econjournals.com/index.php/irmm/article/view/1209/pdf>
- Page, S. (2009). *Transport and Tourism* (3rd ed.). Essex, England: Pearson Education Limited.
- Page, S., & Connell, J. (2006). *Tourism: A Modern Synthesis* (2nd ed.). London, England: Thomson Learning.
- Paris, C. (2008). *The Backpacker Market: Targeting a Mobile Population Through Online Communities*. (ProQuest Dissertations and Theses). Arizona State University, U.S.A..
- Paris, C. (2010). The virtualization of backpacker cultural: virtual moorings, sustained interactions and enhanced mobilities. In K. Hannam, & A. Diekmann (Eds.), *Beyond backpacker tourism: Mobilities and Experience* (pp. 40-63). Bristol, United Kingdom: Channel View Publications.
- Paris, C. (2012a). Flashpackers: An emerging sub-culture?. *Annals of Tourism Research*, 39 (2), 1094–1115. doi:10.1016/j.annals.2011.12.001
- Paris, C. (2012b). Flashpacking: A discussion of Independent Travel in a Digital World. In M. Fuchs, R. Francesco, & C. Lorenzo (Eds.), *Information and Communication in Tourism 2012* (pp. 191-202). Wien, Austria: Springer-Verlag GmbH.

- Parode, N. (2011). Pros and Cons of Youth Hostels: Is a Youth Hostel Stay Right for You? *About Travel*. Acedido a 28 de junho de 2014 em http://seniortravel.about.com/od/accommodations/a/YouthHostels101_2.htm e http://seniortravel.about.com/od/accommodations/a/YouthHostels101_3.htm
- Pateli, A., & Gialis, G. (2004). A research framework for analyzing eBusiness models. *European Journal of Information Systems*, 3 (4), 302-314. doi:10.1057/palgrave.ejis.3000513
- Patterson, W. (1956). Travel Review and Forecast (1955-1956). *World Travel-Tourisme Mondial*, 19, 3-12.
- Pearce, P. (2008). Sustainability Research and Backpacker Studies: Intersections and Mutual Insights. In K. Hannan, & I. Ateljevic (Eds.), *Backpacker Tourism: Concepts and Profiles* (pp. 38-53). Clevedon, England: Channel View Publications.
- Pender, L. (2005). Managing the Tourism System – Introduction. In L. Pender, & R. Sharpley (Eds.), *The management of tourism* (pp. 1-13). London, United Kingdom: Sage Publications, Ltd..
- PENT. (2011). *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Propostas para a revisão no Horizonte 2015 – Versão 2.0*. Lisboa: Turismo de Portugal.
- PENT. (2012). *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Revisão do plano de desenvolvimento do turismo no Horizonte 2015*. Lisboa: Gabinete da Secretária de Estado de Turismo.
- Petiz, J. (2014, dezembro 14). Editorial - Para turista ver. *Diário de Notícias*, Ano 150, 52203, p. 6.
- Perez, A., Borrás, B., Mesanat, G., & Mira, J. (2001). *Apuntes de Metodología de la investigación en Turismo*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Pernecky, T. (2010). The Being of Tourism. *The Journal of Tourism and Peace Research*, 1 (1), 1-15.
- Polina, M-G. (2014, dezembro 1). Aeroflot subsidiary Pobeda launches flights. *Air Transport World*. Acedido a 11 de dezembro de 2014 em <http://atwonline.com/airports-routes/aeroflot-subsiary-pobeda-launches-flights>
- Poon, A. (1994). The ‘new tourism’ revolution. *Tourism Management*, 15 (2), 91-92. doi:10.1016/0261-5177(94)90001-9
- Porrás, C., Vilarasau, D., Hinojosa, V., Rosa, M., Vargas, A., & Canalis, X. (2014). Low cost, de tendencia a fuerza dominante. *Hosteltur*, 244, 4-16.

- Portaria n.º 517/2008 de 25 de junho. Diário da República n.º 121, 1ª Série, que estabelece os requisitos mínimos a observar pelos estabelecimentos de alojamento local. Presidência do Conselho de Ministros e Ministério da Economia e da Inovação.
- Portaria n.º 11/2012 de 11 de janeiro. Diário da República n.º 8, 1ª Série, que estabelece os estatutos do Instituto Português do Desporto e Juventude, I. P.. Presidência do Conselho de Ministros e Ministério das Finanças.
- Portaria n.º 138/2012 de 14 de maio. Diário da República n.º 93, 1ª Série, que procede à primeira alteração da Portaria n.º 517/2008 de 25 de junho. Presidência do Conselho de Ministros e Ministério da Economia e da Inovação.
- Portmann, T. (1955). Youth Hostels. *World Travel-Tourisme Mondiale*, 14, 16-18.
- Porto Vivo. (2005). *Revitalização Social e Urbana da Baixa do Porto – Masterplan* (Síntese Executiva). Porto: Porto Vivo Sociedade de Reabilitação Urbana.
- Presstur. (2007, novembro 6). Companhia pediu suspensão de voos: BRA pára de voar a partir de amanhã. *Presstur*. Acedido a 5 de maio de 2013 em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=12573>
- Presstur. (2013, novembro 19). Low cost e ‘tradicionais’ estão mais iguais – reconhece easyJet. *Presstur*. Acedido a 19 de novembro de 2014 em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=44959>
- Presstur. (2014a, janeiro 13). Aeroporto de Lisboa bate recorde em 2013 com mais de 16 milhões de passageiros. *Presstur*. Acedido a 16 de novembro de 2014 em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=45694>
- Presstur. (2014b, janeiro 20). Ryanair reforça liderança de 2013 nos aeroportos de faro e do Porto. *Presstur*. Acedido a 16 de novembro de 2014 em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=45782>
- Presstur. (2014c, janeiro 13). Ryanair sobe ao 'pódio' do Aeroporto de Lisboa no seu primeiro mês completo de operação. *Presstur*. Acedido a 13 de janeiro de 2014 em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=45690>
- Presstur. (2014d, janeiro 13). Voos de e para Lisboa em 2013 só aumentam pelo reforço da TAP. *Presstur*. Acedido a 16 de novembro de 2014 em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=45697>
- Presstur. (2015a, agosto 11). Aeroporto de Lisboa tem pela primeira vez mais de dois milhões de passageiros num mês. *Presstur*. Acedido a 15 de agosto de 2015 em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=51498>

- Presstur. (2015b, janeiro 9). Low cost ultrapassam em 2014 1/5 dos passageiros em Lisboa. *Presstur*. Acedido a 15 de fevereiro de 2015 em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=49465>
- Presstur. (2015c, janeiro 9). Ryanair superou um milhão de passageiros no seu primeiro ano completo em Lisboa. *Presstur*. Acedido a 15 de fevereiro de 2015 em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=49462>
- Presstur. (2015d, janeiro 9). TAP bate recorde de passageiros em Lisboa com mais de dez milhões em 2014. *Presstur*. Acedido a 15 de fevereiro de 2015 em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=49463>
- Presstur. (2015e, janeiro 21). “Tradicionais” ganham terreno às low cost no Aeroporto do Porto em 2014. *Presstur*. Acedido a 15 de fevereiro de 2015 em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=49587>
- Proença, M. (2014). Portugal não pode ser uma enorme camarata. *Publituris*, 1271, 5.
- Psarros, M., & Pastras, P. (2015). A nova economia de partilha: será este o fim do turismo como o conhecemos?. *Tourism Trends Review*, 9, 77-80.
- Publituris. (2012, março 1). Initiative.pt 2.0 para mais 50 rotas e 1,5M de passageiros. *Publituris*. Acedido a 8 de julho de 2013 em <http://www.publituris.pt/2012/03/01/iniciativa-pt-2-0-para-mais-50-rotas-e-15m-de-passageiros/>
- Publituris. (2015, abril 23). Gestão de 14 Pousadas da Juventude em concurso público. *Publituris*. Acedido a 26 de abril de 2015 em <http://www.publituris.pt/2015/04/23/gestao-de-14-pousadas-da-juventude-em-concurso-publico/>
- Pulina, M., & Cortés-Jiménez, I. (2010). Have Low-Cost Carriers influenced tourism demand and supply? The case of Alghero, Italy. *Tourism Analysis*, 15, 617-635. <http://dx.doi.org/10.3727/108354210X12889831783350>
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (5ª ed.). Lisboa: Gradiva.
- Rashad, M. (2014, outubro 28). Saudi budget carrier flynas suspends long-haul services. *Reuters*. Acedido a 7 de novembro de 2014 em <http://www.reuters.com/article/2014/10/28/saudi-airlines-flynas-idUSL5N0SN48920141028>
- Rebollo, J., & Baidal, J. (2009). Spread of Low-Cost Carriers: Tourism and Regional Policy Effects in Spain. *Regional Studies*, 43 (4), 559-570. DOI:10.1080/00343400701874164
- Relvas, R. (2015, fevereiro 8). Turismo local multiplica-se e hostels ganham novo estatuto. *Jornal de Notícias*, Ano 127, 252, p. 29.

- Renga, A., Mentges, M., & San Diego Air and Space Museum. (2010). *Pacific Southwest Airlines*. Charleston, South Carolina, U.S.A.: Arcadia Publishing.
- Rey, B., Myro, R., & Galera, A. (2011). Effect of low-cost airlines on tourism in Spain. A dynamic panel data model. *Journal of Air Transport Management*, 17 (3), 163-167. doi:10.1016/j.jairtraman.2010.12.004
- Ribeiro, J. (2014). *Projeto de trabalho – proposta de alteração ao Decreto-Lei 39/2008, e da Portaria 517/2008*. (Prova ao título de especialista em turismo). Instituto Politécnico do Porto, Porto.
- Richards, G., & Wilson, J. (2003). *New Horizons in Independent Youth and Student Travel. A report for the International Student Travel Confederation (ISTC) and the Association of Tourism and leisure Education (ATLAS)*. Amsterdam, The Netherlands: International Student Travel Confederation (ISTC).
- Richards, G., & Wilson, J. (2004). The Global Nomad: Motivations and Behaviour of Independent Travelers Worldwide. In G. Richards, & J. Wilson (Eds.), *The Global Nomad, Backpacker Travel in Theory and Practice* (pp. 14-39). Clevedon, England: Channel View Publications.
- Rifai, T. (2015). Turismo Internacional: Crescimento global e transformação. *Tourism Trends Review*, 9, 7-9.
- Riley, P. (1988). Road Culture of International Long-Term Budget Travellers. *Annals of Tourism Research*, 15 (3), 313-328. doi:10.1016/0160-7383(88)90025-4
- Robson, J. (1998). Airline Deregulation: Twenty years of success and counting. *Regulation*, 21 (2), 17-22.
- Rosa, J., Vilarasau, D., Hinojosa, V., Vargas, A., & Canals, X. (2014). La nueva comercialización de viviendas turísticas hace temblar la hotelería. *Hosteltur*, 239, 4-6; 8-10; 12; 14.
- Rosenthal, N. (1985, March). The shrinking middle class: myth or reality?. *Monthly Labor Review, U.S. Bureau of Labor Statistics*, 3-10.
- Rost, S., Kruger, J., & Van den Brande, K. (2006). *Low Cost Carriers and their impact on European Tourism*. London, United Kingdom: Jones Lang Lassale Hotels.
- RTL. (2013). Entrevista – Manuel Salgado. *Revista Turismo de Lisboa*, 114, 12-19.
- Russell, G. (1998). *The innovative development of urban youth hostels – The European experience (Vol. 1)*. London, United Kingdom: British Travel Educational Trust.
- Ryanair. (1999-2015). *Ryanair Annual Reports 1998-2014*. Ryanair, p.l.c..

- Ryanair. (2014, dezembro 5). New Base (nº 72) in the Azores. *Ryanair*. Acedido a 24 de janeiro de 2015 em <http://corporate.ryanair.com/news/news/141205-new-base-no-72-in-the-azores/?market=en>
- Ryanair. (2015a, janeiro 14). Celebrating 30 years of low fares. *Ryanair*. Acedido a 24 de janeiro de 2015 em <http://corporate.ryanair.com/news/news/150114-celebrating-30-years-of-low-fares/?market=en>
- Ryanair. (2015b). FY Results 2015. *Ryanair*. Acedido a 29 de maio de 2015 em http://investor.ryanair.com/wp-content/uploads/2015/05/FY-2015-AnnualInterm_Results-Presentation.pdf
- Ryanair. (2015c). Ryanair Full Year profit jumps 66% to €867M. *Ryanair*. Acedido a 29 de maio de 2015 em http://investor.ryanair.com/wp-content/uploads/2015/05/FY-2015-AnnualInterm_Results-Results.pdf
- Sá, R. (2014, abril 28). Os ovos todos no mesmo cesto?. *Jornal de Notícias*, Ano 126, 331, p. 17.
- Sabre. (2011). The Evolution of the Airline Business Model. *Sabre Airline Solutions*. Acedido a 20 de novembro de 2013 em http://www.sabreairlinesolutions.com/images/uploads/Hybrid_Model_Brochure.pdf
- Salgado, M., & Costa, C. (2011). Science and Tourism Education: National Observatory for Tourism Education. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 2 (3), 143-157.
- Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (2006). *Metodologia de pesquisa*. São Paulo, Brasil: McGraw-Hill.
- Samy, H. (2010). Analysing the budget tourism phenomenon: a socio-economic approach. *Tourism Today*, 10, 99-112.
- Sand, P., Freitas, J., & Pratt, G. (1944). An historical survey of International Air Law before the Second World War. *McGill Law Journal*, 7 (1), 24-42.
- Santi, M., & Nguyen, V. (2012). *Le business model du low cost – Comprendre, appliquer et contrecarrer*. Paris, France: Groupe Eyrolles.
- Santos, G. (2007). Modelos teóricos aplicados al turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16 (1), 96-110.
- Santos, J., & Costa, C. (2010). O estado da arte da Investigação em Turismo em Portugal. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 13/14, 329-341.
- Saraiva, A. (2013). *Hostels independentes: o caso de Lisboa*. (Dissertação de mestrado). Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril.

- Saraiva, H. (2014a). A TAP subsidia indirectamente a Ryanair no Porto. *Diário Económico*, 5864, p. 28.
- Saraiva, H. (2014b, setembro 17). Ryanair aposta em Lisboa para liderar mercado nacional. *Diário Económico*, 6009, p. 36.
- Scarpino, M. (2010). *Tourism Systems: An Analysis of the Literature for Improved Subnational Development*. Donostia, España: CICTourGUNE.
- Scharpenseel, M. (2001). Consequences of E.U. Airline Deregulation in the Context of the Global Aviation Market. *Northwestern Journal of International Law & Business*, 22 (1), 91-116.
- Schlumberger, C., & Weisskopf, N. (2014). *Ready for Takeoff? The Potential for Low-Cost Carriers in Developing Countries*. Washington, DC, U.S.A.: The World Bank.
- Seddon, P., & Lewis, G. (2003). Strategy and Business Models: What's the difference?. In *proceedings of the 7th Pacific Asia Conference on Information System, Adelaide, Australia, 10-13 July* (pp. 236-248). Acedido a 12 de Agosto de 2013 em <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.200.7881&rep=rep1&type=pdf>
- Seekings, J. (1998). The youth travel market. *Travel and Tourism Analyst*, 5, 37-55.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Methods for Business: a Skill Building Approach*. Chichester, West Sussex, United Kingdom: John Wiley and Sons.
- Semana da Reabilitação. (2014). O papel do turismo na regeneração dos bairros tradicionais de Lisboa. *Vida Imobiliária*. Acedido a 21 de outubro de 2014 em <http://www.semanadareabilitacao.vidaimobiliaria.com/confer%C3%A2ncia-o-papel-do-turismo-na-regenera%C3%A7%C3%A3o-nos-bairros-tradicionais-de-lisboa-0>
- Shaw, S. (2007). *Airline Marketing and Management* (5th ed.). Hants, England: Ashgate.
- Shaw, S. (2011). *Airline Marketing and Management* (7th ed.). Surrey, England: Ashgate.
- Sheehan, A. (2014, fevereiro 26). Flights to US will cost just €10 on Ryanair – O'Leary. *Irish independent*. Acedido a 28 de fevereiro de 2014 em <http://www.independent.ie/irish-news/flights-to-us-will-cost-just-10-on-ryanair-oleary-30041838.html>
- Siciliano, G., & Vismara, M. (2007). Gli effetti turistici del trasporto low cost. *Società Italiana degli Economisti dei Trasporti - IX Riunione Scientifica, 3-5 Ottobre*. Napoli, Italia.

- Silva, A. (2015a, setembro 24). Maioria das Pousadas da Juventude ficou por concessionar. *Jornal Público*, Ano XXVI, 9293, p. 23.
- Silva, A. (2015b, junho 3). Turismo de Portugal diz que não há turistas a mais e há margem para crescer. *Jornal Público*, Ano XXVI, 9180, p. 16.
- Silva, A., & Pinto, J. (1986). Uma visão global sobre as ciências sociais. In A. Silva, & J. Pinto (Orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais* (pp. 9-27) (9ª ed.). Porto: Edições Afrontamento.
- Silva, A., & Santos, N. (2014, junho 11). Hostels vão passar a ser incluídos na lei do alojamento turístico. *Jornal Público*, Ano XXV, 8825, p. 12.
- Silva, J. (2004). A investigação científica e o turismo. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 1 (1), 9-14.
- Silva, J., Rodrigues, P., Mendes, J., & Pereira, N. (2010). A Tourism Research Agenda for Portugal. *International Journal of Tourism Research*, 12 (1), 90-101. DOI:10.1002/jtr.740
- Silva, J., & Valle, P. (2013). A investigação em turismo em Portugal: um contributo para a sua caracterização. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 7 (3), 384-397. DOI: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v7i3.660>
- Silva, M. (2014). *O segmento low cost na indústria hoteleira em Coimbra: o caso dos hostels*. (Relatório de estágio). Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Silva, S. (2009). *A visão holística do Turismo Interno e a sua Modelação*. (Tese de Doutoramento). Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Silvestre, H., & Araújo, J. (2012). Introdução. In H. Silvestre, & J. Araújo (Orgs.). *Metodologia para a Investigação Social* (pp. 1-8). Lisboa: Escolar Editora.
- Silvestre, H., & Silvestre, M. (2012). A área, o tema e problema de pesquisa como factores determinantes no processo de investigação. In H. Silvestre, & J. Araújo (Orgs.). *Metodologia para a Investigação Social* (pp. 35-62). Lisboa: Escolar Editora.
- Song, H., Dwyer, L., Li, G., & Cao, Z. (2012). Tourism Economics Research: a review and assessment. *Annals of Tourism Research*, 39 (3), 1653-1682. doi:10.1016/j.annals.2012.05.023
- Song, Z. (2014). Tourism as a Scientific Discipline: Evolving from Multidisciplinary Research. *Tourism Tribune*, 29 (3), 22-30.

- Sorensen, A. (1999). *Travellers in the periphery: Backpackers and other independent multiple destination tourists in peripheral areas*. Nexø, Denmark: Research Centre of Bornholm.
- Southwest Airlines. (1972-2015). Annual Report. *Southwest Airlines*. Acedido a 29 de abril de 2015 em <http://southwest.investorroom.com/company-reports>
- Souza, B. (2013). Alojamento local – a polémica e a realidade. *Publituris Hotelaria*, Ano 09, 95, 27.
- Stacks, A. (1962). Youth Travel. *World Travel-Tourisme Mondiale*, 54, 3-20.
- Stansted Airport. (2013). MAG and Ryanair sign ten-year growth agreement at London Stansted. *Stansted Airport*. Acedido a 24 de agosto de 2014 em <http://www.stanstedairport.com/about-us/media-centre/press-releases/mag-and-ryanair-sign-ten-year-growth-agreement-at-london-stansted>
- Stansted Airport. (2014). Traffic Statistics 2013. *Stansted Airport*. Acedido a 24 de agosto de 2014 em <http://www.stanstedairport.com/media/962665/stansted-monthly-traffic-figures-dec-2013.pdf>
- Stansted Airport. (2015). Monthly Traffic Figures 2014. *Stansted Airport*. Acedido a 7 de fevereiro de 2015 em http://www.stanstedairport.com/media/1321193/stansted_traffic_statistics_december_2014.pdf
- Stay Wyse. (2012). *The youth travel accommodation industry survey (Volume 6) – executive summary*. Amsterdam, The Netherlands: Stay Wyse Association.
- Stay Wyse. (2013). *New Horizons III - Youth travel accommodation usage report – executive summary*. Amsterdam, The Netherlands: Stay Wyse Association.
- Stay Wyse. (2014a). The booking habits of hostel guests around the globe. *Stay Wyse*. Acedido a 13 de maio de 2014 em <http://staywyse.org/2014/04/22/the-booking-habits-of-hostel-guests-around-the-globe/>
- Stay Wyse. (2014b). *The youth travel accommodation industry survey (Volume 7) – executive summary*. Amsterdam, The Netherlands: Stay Wyse Association.
- Stimac, I., Damir, V., & Vidovic, A. (2012). Effect of Economic Crisis on the changes of low-cost carriers business models. In *Proceedings of the 15th International Conference on Transport Science ICTS 2012, 28th May 2012*. Portoroz, Slovenia.
- Taneja, N. (2005). *Fasten your seatbelt: the passenger is flying the plane*. Hampshire, England: Ashgate.
- Tavares, A. (2015a, abril 22). Lisboa: Áreas de reabilitação urbana são as mais atrativas para os turistas. *Jornal Público*, Ano XXVI, 9138, p. 15.

- Tavares, A. (2015b, abril 22). “Lisboa mudou muito nos últimos 8 anos”. *Jornal Público*, Ano XXVI, 9138, p. 15.
- Teixeira, C. (2013, junho 13). Reabilitação na Cidade do Porto. *Associação Nacional de Proprietários*. Acedido a 28 de agosto de 2014 em <http://pl.proprietarios.pt/artigos/b11/reabilitacao-cidade-porto.htm>
- Theobald, W. (2005). The meaning, scope and measurement of Travel and Tourism. In W. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (pp. 5-24). Burlington, MA, U.S.A.: Elsevier Inc..
- Thimothy, D., & Teye, V. (2009). *Tourism and the lodging sector*. Oxford, United Kingdom: Butterworth-Heinemann.
- Thyne, M., Davies, S., & Nash, R. (2005). A life style segmentation analysis of the backpacker market in Scotland. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 5 (2-4), 95-119. DOI: 10.1300/J162v05n02_06
- Timmers, P. (1998). Business Models for Electronic Markets. *Journal on Electronic Markets*, 8 (2), 3-8. DOI: 10.1080/10196789800000016
- Toh, M. (2014). Asian ambition drives LCC growth. *Airline Business*, 30 (1), 14.
- Torres, C. (2014a). A nova lei hoteleira. *Dirhotel*, 15, 12-13.
- Torres, C. (2014b). Alojamento Local – RJAL. *Forum Turismo 2.1*. Acedido a 20 de dezembro de 2014 em http://media.wix.com/ugd/8d5827_61c7fa47de2f48de96eb1d8e5cf73c90.pdf
- Torres, C. (2014c). Opinião: A nova lei da hostalaria e similares. *Publituris*, 1280, 4.
- Travel Daily UK. (2014). It's time to wake up the power of youth travel. *Travel Daily UK*. Acedido a 29 de junho de 2014 em <http://www.traveldailymedia.com/features/207270/its-time-to-wake-up-to-the-power-of-youth-travel/>
- Tribe, J. (2005). New Tourism Research. *Tourism Recreation Research*, 30 (2), 5-8.
- Tsaur, S., Yen, C., & Chen, C. (2010). Independent Tourists Knowledge and Skills. *Annals of Tourism Research*, 37 (4), 1035-1054. doi:10.1016/j.annals.2010.04.001
- TTG Italia. (2015). Ryanair apre la base numero 75 a Corfu, nuovi voli su Roma, Treviso e Pisa. *TTG Italia*. Acedido a 15 de outubro de 2015 em http://www.ttgitalia.com/stories/trasporti/113879_ryanair_apre_la_base_numero_75_a_corfu_nuovi_voli_su_roma_treviso_e_pisa/
- Tucker, R. (2001). Strategy Innovation takes Imagination. *Journal of Business Strategy*, 22 (3), 23-27. <http://dx.doi.org/10.1108/eb040168>

- Turismo de Lisboa. (2009a). Hostels. A qualidade a um preço acessível. *Revista do Turismo de Lisboa*, 63, 5.
- Turismo de Lisboa. (2009b). Lisboa é fixe! Turismo jovem em crescimento. *Revista do Turismo de Lisboa*, 63, 4.
- Turismo de Portugal. (2011). *Evolução do contributo do Turismo para a economia portuguesa*. Lisboa: Direcção de Estudos e Planeamento Estratégico/Departamento de Informação Estatística.
- Turismo de Portugal. (2015a). Turismo 2020 – Cinco Princípios para uma ambição. *Turismo de Portugal*. Acedido a 14 de agosto de 2015 em <http://www.turismo.deportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/newsletter/2015/Documents/TURISMO2020-5Principios.pdf>
- Turismo de Portugal. (2015b). Turismo 2020 – Plano de Ação para o desenvolvimento do turismo em Portugal. *Turismo de Portugal*. Acedido a 14 de março de 2015 em http://turismo2020.turismodeportugal.pt/fotos/editor2/documentos/Turismo2020_PLANO_DE_ACAO.pdf
- Turisver. (2015, maio 8). Portugal entra no Top 10 do Global Travel & Tourism Competitiveness Index. *Turisver*. Acedido a 8 de maio de 2015 em <http://www.turisver.com/article.php?id=68909>
- Turner, S. (2003). Comparison of passenger profiles and selection criteria: a study of London – Amsterdam passengers. *7th ATRS World Conference, 10-12 july*. Toulouse, France.
- TVI. (2014). *Jornal das 8*. 8 de março, 21:10. Lisboa: TVI.
- Uittenbogaard, A. (2009). *A study on the Effects of Low-Cost Airlines in Planning Issues: Case studies of Glasgow, Stockholm and Dusseldorf*. (Degree Project). KTH Royal Institute of Technology, Stockholm, Sweden.
- United Nations. (2010a). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. New York, U.S.A.: United Nations.
- United Nations. (2010b). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008*. Luxembourg (Luxembourg), Madrid (Spain), New York (U.S.A.), Paris (France): United Nations.
- Università di Bologna. (s.d.). L'Università dal XII al XVIII secolo. *Università di Bologna*. Acedido a 10 de janeiro de 2014 em <http://www.unibo.it/it/ateneo/chisiamo/la-nostra-storia/luniversita-dal-xii-al-xviii-secolo>
- UNWTO. (2001). *Tourism Vision 2020*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.

- UNWTO. (2011a). *The power of youth travel - Affiliate Members Reports, Volume 2*. Madrid (Spain), Amsterdam (The Netherlands): World Tourism Organization and Wyse Travel Confederation.
- UNWTO. (2011b). *Tourism towards 2030: Global Overview*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2012a). *Global Report on Aviation – responding the needs of new tourism markets and destinations. AM Reports – Volume Five*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2012b). The San Diego Declaration, on Youth, Student and Educational Travel. *World Tourism Organization*. Acedido a 7 de junho de 2014 em http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/ce94_05_a_report_of_the_chair_aff_m_add_2_wyse_travel_en.pdf
- UNWTO. (2013). Tourism Ministers call for higher policy coordination between tourism and aviation. *World Tourism Organization*. Acedido a 15 de junho de 2014 em <http://media.unwto.org/press-release/2013-11-08/tourism-ministers-call-higher-policy-coordination-between-tourism-and-aviat>
- UNWTO. (2014a). *Air Connectivity and its Impact on Tourism in Asia and the Pacific*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2014b). IATA and UNWTO to collaborate on innovation and talent development. *World Tourism Organization*. Acedido a 15 de junho de 2014 em <http://media.unwto.org/press-release/2014-06-11/iata-and-unwto-collaborate-innovation-and-talent-development>
- UNWTO. (2015a). Global Travel & Tourism leaders set landmark agenda for growth. *World Tourism Organization*. Acedido a 18 de abril de 2015 em <http://media.unwto.org/press-release/2015-04-16/global-travel-tourism-leaders-set-landmark-agenda-growth>
- UNWTO. (2015b). *Tourism Highlights, 2015 edition*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2015c). *UNWTO World Tourism Barometer. (Volume 13, April 2015)*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- Uriely, N. (2009). Deconstructing tourist typologies: the case of backpacking. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3 (4), 306-312. <http://dx.doi.org/10.1108/17506180910994523>

- Uriely, N., Yonay, Y., & Simchai, D. (2002). Backpacking experiences: a type and form analysis. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 519-537. doi:10.1016/S0160-7383(01)00075-5
- Valente, F., & Cury, R. (2004). Transporte Aéreo e a integração logística com as atividades turísticas. *Turismo – Visão e Ação*, 6 (1), 27-43.
- Valls, J-F. (2008). *Fenómeno low cost: El impacto en el factor precio*. Barcelona, España: Ediciones Deusto, S.a..
- Valls, J-F. (2013). *Beyond the low cost business: rethinking the business model*. Hampshire, Great Britain: Palgrave Macmillan.
- Van Doren, C. (1969). Geographic Methodology in Natural Resource and Outdoor Recreation Research. *Paper presented at the annual meeting of the Rural Sociological Society, San Francisco, California, 28-31 August*. Provo, Utah: Rural Sociological Society.
- Vance, P. (2003). Exploring influences on Backpacker Transport Choice. *Business School Working papers*, vol. UHBS 2003-4, Travel and Tourism paper, University of Hertfordshire, United Kingdom.
- Vasigh, B., Fleming, K., & Tacker, T. (2008). *Introduction to Air Transport Economics: from theory to applications*. Hampshire, England: Ashgate.
- Veal, A. (2006). *Research Methods for Leisure and Tourism: A practical Guide* (3rd ed.). Essex, England: Pearson Education Limited.
- Veal, A. (2011). *Research Methods for Leisure and Tourism: A practical Guide* (4th ed.). Essex, England: Pearson Education Limited.
- Vidovic, A., Stimac, I., & Damir, V. (2013). Development of Business Models of Low-Cost Airlines. *International Journal for Traffic and Transport Engineering*, 3 (1), 69-81. DOI: 10.7708/ijtte.2013.3(1).07
- Vieira, C. (2014, abril 23). Alojamento Local: é necessário intervir. *Jornal Público – Imobiliário*, Ano XXV, 8776, p. 2.
- Vieira, F. (2014). Aeroporto do Porto: Contributo para a conectividade da Região Norte. *Turismo 2020 – Por uma estratégia para o turismo do País e das Regiões*, Porto, 29 de outubro. Lisboa: Turismo de Portugal.
- Vilaça, A. (2015, março 15). A economia colaborativa no turismo – uma virtude ou um problema?. *Correio do Minho*, Ano LXXVIII, Série VI, 9580, p. 28.
- Vilarasau, D. (2014). Los modelos de negocio híbridos invaden las rutas de corto y medio radio. *Hosteltur*, 235, 40-42.

- Volante, P. (2011). *O segmento low-cost da indústria hoteleira em Portugal: o caso dos hostels*. (Dissertação de mestrado). ISCTE, Lisboa.
- Walsh, N. (2014). *The social performance of backpacking: an ontogenesis. How are backpacking identities organised, constituted and performed?*. (Phd Thesis). University of Otago, New Zealand. Acedido a 13 de maio de 2014 em <http://otago.ourarchive.ac.nz/handle/10523/4646>
- Webster, C., & Ivanov, S. (2015). Geopolitical drivers of future tourist flows. *Journal of Tourism Futures*, 1 (1), 58-68. <http://dx.doi.org/10.1108/JTF-12-2014-0022>
- WEF. (2015). *Global Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 – Growth brought Shocks*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.
- Wensveen, J. (2010). *The Airline Industry: Trends, Challenges, Strategies*. Sydney, Australia: The University of Sydney, Faculty of Economics and Business, Leadership and Policy Seminar Series.
- Westlake, J., & Robbins, D. (2005). Transportation. In C. Cooper, J. Fletcher, A. Fyall, D. Gilbert, & S. Wanhill (Eds.), *Tourism: Principles and Practice* (pp. 460-501). Essex, England: Pearson Education Limited.
- Wheatcroft, S., & WTO. (1994). *Aviation and tourism policies: balancing the benefits*. London, United Kingdom: Routledge.
- Williams, G. (2001a). *The charter industry's response to the Low Cost treath*. Henley-in-Arden, United Kingdom: Association for European Transport.
- Williams, G. (2001b). Will Europe's charter services carriers be replaced by "no-frills" scheduled airlines?. *Journal of Air Transport Management*, 7 (5), 277-286. doi:10.1016/S0969-6997(01)00022-9
- Wit, J., & Zuidberg, J. (2012). The growth limits of low cost carrier model. *Journal of Air Transport Management*, 21, 17-23. doi:10.1016/j.jairtraman.2011.12.013
- Worldpackers.com. (s.d.). What we are all about. *Worldpackers*. Acedido a 28 de maio de 2015 em <https://www.worldpackers.com/about-us>
- World Travel-Tourisme Mondial. (1958). La "classe économique" sur l'Atlantique Nord. *World Travel-Tourisme Mondial*, 31, 27.
- World Travel-Tourisme Mondial. (1962). Conférence Mondiale du Tourisme en 1963. *World Travel-Tourisme Mondial*, 52, 3.
- World Travel-Tourisme Mondial. (1963). United Nations World Conference on International Travel and Tourism. *World Travel-Tourisme Mondial*, 60, 25-29.

- WTO. (1991). *International Conference on Youth Tourism – Final Report* (18-21 November). New Delhi, India: World Tourism Organization.
- WTO. (1995). *Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- WTO. (2008). *Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- WTTC. (2013). *The Comparative Impact of Travel & Tourism - Benchmarking against other economic sectors 2013 – Executive Summary*. London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council.
- WTTC. (2014a). *Travel & Tourism Economic Impact 2014 – Portugal*. London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council.
- WTTC. (2014b). *Travel & Tourism Economic Impact 2014 – World*. London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council.
- WTTC. (2015a). *European Travel & Tourism – where are the greatest current and future investment needs?*. London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council.
- WTTC. (2015b). *Travel & Tourism Economic Impact 2015 – Portugal*. London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council.
- WTTC. (2015c). *Travel & Tourism Economic Impact 2015 – World*. London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council.
- WTTC. (2015d). *WTTC/Oxford Economics 2015 Travel & Tourism Economic Impact Methodology*. Oxford/London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council/Oxford Economics.
- Wyse. (2015). O mercado de alojamento no turismo jovem. *Tourism Trends Reviews*, 9, 97-101.
- Wyse Travel. (2011). *Youth and Student travel market – Executive Summary. Industry Review n° 1: Data, Statistics and Trends*. Amsterdam, The Netherlands: Wyse Travel Confederation.
- Wyse Travel. (2013). *New Horizons III – A global study of the youth and student traveler – executive summary*. Amsterdam, The Netherlands: Wyse Travel Confederation.
- Wyse Travel. (2014). *Millennial Traveller – Executive Summary*. Amsterdam, The Netherlands: Wyse Travel Confederation.

- Wyse Travel. (2015a). *Chinese Millenial Traveller – Executive Summary*. Amsterdam, The Netherlands: Wyse Travel Confederation.
- Wyse Travel. (2015b). *Millenial Traveller II – Executive Summary*. Amsterdam, The Netherlands: Wyse Travel Confederation.
- Yeo, G. (2014a). Azul chasing the American dream. *Airline Business*, 30 (4), 12.
- Yeo, G. (2014b). Southwest goes international. *Airline Business*, 30 (6), 10.
- Yeung, S., Tsang, N., & Lee, Z. (2012). An Importance-Performance Analysis of Low Cost carriers in Asia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13 (3), 173-194. DOI:10.1080/15256480.2012.698167
- YMCA.int. (s.d.). Who we are. YMCA. Acedido a 13 de janeiro de 2014 em <http://www.ymca.int/who-we-are/>
- York Aviation. (2011). *Market Share of Low Fares Airlines in Europe – Final Report*. Brussels, Belgium: European Low Fares Airline Association.
- Zhang, Y., & Lu, Z. (2013). Low Cost carriers in China and its Contribution to passenger Traffic Flow. *Journal of China Tourism Research*, 9 (2), 207-217. DOI:10.1080/19388160.2013.781972
- Zott, C., Amid, R., & Massa, L. (2000). The business model: Theoretical roots, recent developments, and future research. *IESE Business School, University of Navarra, Spain, Working Paper, WP-862*, Rev. September 2010.
- Zucco, F. (2014, julho 21). Il low fare de Lufthansa atterra sul lungo raggio. *TTG Italia*, Anno XLIII, 28, p. 1; 3.
- Zucco, F. (2015, abril 17) La top ten dei vettori Ryanair guida il gruppo. *TTG Italia*. Acedido a 19 de abril em http://www.ttgitalia.com/stories/trasporti/108094_la_top_ten_dei_vettori_ryanair_guida_il_gruppo/

