

O SEGMENTO *LOW-COST* DA INDÚSTRIA HOTELEIRA EM
PORTUGAL: O CASO DOS *HOSTELS*

Pedro Jorge Tavares Volante

Projecto de Mestrado
em Gestão

Orientador(a):

Prof^ª. Doutora Virgínia Trigo, Prof. Associada, ISCTE Business School, Departamento de
Recursos Humanos e Comportamento Organizacional

Maio 2011

O SEGMENTO *LOW-COST* DA INDÚSTRIA HOTELEIRA EM
PORTUGAL: O CASO DOS *HOSTELS*

Pedro Jorge Tavares Volante

Projecto de Mestrado
em Gestão

Orientador(a):

Prof^ª. Doutora Virgínia Trigo, Prof. Associada, ISCTE Business School, Departamento de
Recursos Humanos e Comportamento Organizacional

Maio 2011

RESUMO

As últimas três décadas são caracterizadas por um crescimento significativo do número de turistas que procuram alojamentos de baixo custo, um pouco por todo o Mundo. O que inicialmente se considerava ser um fenómeno associado aos turistas *Backpackers* ou jovens mochileiros, é actualmente compreendido por viajantes de diferentes classes sócio-económicas. Portugal não é excepção e tem vindo a acompanhar, desde há dez anos, esta evolução. Prova disso, é o nascimento e desenvolvimento acentuado de um novo segmento de indústria hoteleira «*low-cost*»: os *Hostels*.

O conhecimento e informação existente sobre os *Hostels* em Portugal é ainda muito escassa e o acesso a dados relevantes muito reduzidos. Neste sentido, com esta dissertação pretendeu-se lançar o desafio de compreender e caracterizar este novo fenómeno.

Os principais objectivos desta pesquisa foram: (1) definir o conceito de *Hostel* e enquadrá-lo num contexto histórico; (2) compreender os aspectos intrínsecos e a legislação vigente aplicável aos *Hostels* em Portugal; (3) compreender o fenómeno de crescimento do mercado dos *Hostels* no segmento hoteleiro «*low-cost*» em Portugal; (4) caracterizar o perfil dos clientes tipo e do empresário tipo dos *Hostels* em Portugal.

Neste âmbito, este estudo fornece uma visão actual do segmento dos *Hostels* em Portugal, recorrendo-se para o efeito, a estatísticas disponíveis, pesquisa bibliográfica e documental, a um inquérito estruturado (desenvolvido tendo por base os conceitos adquiridos ao longo da revisão bibliográfica) realizado junto de 93 clientes, bem como a entrevistas semi-estruturadas a proprietários deste tipo de alojamento.

Palavras-chave: *Hostels* em Portugal, *Backpackers*, turismo «*low-cost*», indústria hoteleira. **JEL Classification:** JEL 83 – Industry Studies: Services - Tourism.

ABSTRACT

The last three decades have been characterized by a significant increase in the number of tourists looking for low-cost accommodation, all over the world. What was first considered to be a phenomenon associated with young tourists backpackers, is currently, seen to travelers from different socio-economic classes. Portugal is not an exception and has been following this evolution, since the last ten years. Therefore this birth and development marked a new segment of the low-cost hospitality industry: the Hostels.

The knowledge and information existing on Hostels in Portugal is still very scarce and the access to relevant data very limited. In this sense, this dissertation aims to launch the challenge to understand and characterize this new phenomenon.

The main objectives of this research were: (1) to define the concept of Hostel and frame it in a historical context, (2) to understand the intrinsic aspects and the legislation applicable to Hostels in Portugal, (3) to understand the phenomenon of growing markets for Hostels in the low-cost hotel industry in Portugal, (4) to characterize the client profile and the entrepreneur profile of Hostels in Portugal.

In this context, this study provides a current overview of the segment of Hostels in Portugal, using statistics available, biographic and documentary research, a structured survey (developed on the basis of concepts acquired during the literature review) conducted among 93 clients, as well as semi-structured interviews to owners of this type of accommodation.

Keywords: *Hostels* in Portugal, *Backpackers*, «low-cost» tourism, hospitality industry.

JEL Classification: JEL 83 – Industry Studies: Services - Tourism.

AGRADECIMENTOS

A realização desta Dissertação de Mestrado só foi possível graças à colaboração e ao contributo, de forma directa ou indirecta, de várias pessoas e instituições, às quais gostaria de exprimir algumas palavras de agradecimento e profundo reconhecimento, em particular:

À Prof^a. Dr^a. Virgínia Trigo, pela disponibilidade demonstrada para orientar este trabalho, pela preciosa ajuda na definição do objectivo de estudo, pela exigência de método e rigor e pelos profícuos comentários, esclarecimentos, opiniões e sugestões;

Aos funcionários da Movijovem e Instituto Nacional de Estatística (INE), pela ajuda personalizada nas inúmeras pesquisas efectuadas e esclarecimentos de algumas dúvidas;

Aos donos dos diferentes *Hostels*, que demonstraram desde o início uma total disponibilidade e interesse, fornecendo todas as informações necessárias à elaboração da análise estatística subsequente a este trabalho e aos vários clientes de *Hostels*, que se disponibilizaram prontamente para responder aos questionários inerentes ao trabalho de pesquisa desta tese;

Aos meus colegas e amigos, pela prestimosa colaboração, amizade e espírito de ajuda;

Aos meus pais e irmã, pelo apoio e compreensão inestimáveis, pela ajuda inesgotável e pelo constante encorajamento a fim de prosseguir a elaboração deste trabalho.

À Lígia pelo apoio permanente, incondicional e total compressão, sabendo sempre maximizar o tempo e minimizar a distância. A ela se deve grande parte da realização da presente dissertação.

A todos, enfim, reitero o meu apreço e a minha enorme gratidão.

ÍNDICE

I. INTRODUÇÃO	9
II. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	14
2.1. Os <i>Hostels</i> no contexto internacional	14
2.2. Os <i>Hostels</i> no contexto nacional	19
III. A ORIGEM E EVOLUÇÃO DOS HOSTELS	22
3.1. O contexto nacional	25
IV. CARACTERIZAÇÃO DOS HOSTELS EM PORTUGAL	28
4.1. Número e localização dos <i>Hostels</i> em Portugal	29
4.2. Análise do preço médio por pessoa dos <i>Hostels</i> em Portugal.....	33
4.3. Análise dos valores de <i>Rating</i> (classificação internacional) dos <i>Hostels</i> em Portugal	37
4.4. Legislação aplicável aos <i>Hostels</i> em Portugal	39
4.5. Diferenciação entre Pousadas da Juventude e <i>Hostels</i> em Portugal	43
4.6. Cliente tipo dos <i>Hostels</i> em Portugal	47
4.6.1. Caracterização Sócio-Demográfica da Amostra	47
4.6.2. Factores e fontes de informação condicionantes na escolha prévia de um determinado <i>Hostel</i>	50
4.7. Proprietário tipo dos <i>Hostels</i> em Portugal	52
V. CONCLUSÕES	54
VI. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	57

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1:** Datas de abertura do primeiro *Hostel* em diferentes países (*Preservation for the people – Seventy years of American Youth Hostels*, Elisabeth Dubin, 2003).....24
- Figura 2:** Mapa de distribuição e número de *Hostels* em Portugal (Fonte: Adaptado da informação contida no portal *Hostelworld.com*).....30
- Figura 3:** Mapa de principais redes ferroviárias Ibéricas (Fonte: Portal da CP – Comboios de Portugal E.C.E., *www.cp.pt*).....31
- Figura 4:** *Hostels* portuguesas por região (em percentagem) (Fonte: Adaptado da informação contida no portal *Hostelworld.com*).....33
- Figura 5:** Aspectos mais importantes na escolha de alojamento pelos *Backpackers* (Fonte: Kevin Hannan, “*Backpacker Tourism: Concepts and Profiles*”, *Tourism and Cultural Change*, 2008, p.71).....33
- Figura 6:** Preço médio, por noite, pessoa e tipo de quarto nos *Hostels* em Portugal (Fonte: Adaptado da informação contida no portal *Hostelworld.com*).....36
- Figura 7:** Gráfico de *Classificação Geral* de *Hostels* em Portugal, por região (Fonte: Adaptado da informação contida no portal *Hostelworld.com*).....38
- Figura 8:** Classificação pormenorizada dos *Hostels* em Portugal, por região e categoria (Fonte: Adaptado da informação contida no portal *Hostelworld.com*).....39
- Figura 9:** Número de Pousadas da Juventude em Portugal – 1999 a 2009 (Fonte: Adaptado da informação contida nas Estatísticas do Turismo de 1999 a 2009, INE)...43

Figura 10: Evolução do número de pousadas da juventude, por região (Fonte: Adaptado da informação contida nas Estatísticas do Turismo de 1999 a 2009, INE).....	44
Figura 11: Número de hóspedes em Pousadas da Juventude, por região (Fonte: Adaptado da informação contida nas Estatísticas do Turismo de 1999 a 2009, INE)...	45
Figura 12: Pais de Origem dos Clientes Inquiridos (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de <i>Hostels</i> , Julho de 2010).....	48
Figura 13: Faixa Etária dos Inquiridos (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de <i>Hostels</i> , Julho de 2010).....	48
Figura 14: Profissão dos Clientes Inquiridos (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de <i>Hostels</i> , Julho de 2010).....	49
Figura 15: Factores que condicionam a escolha de um determinado <i>Hostel</i> (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de <i>Hostels</i> , Julho de 2010).....	51
Figura 16: Fontes de Informação para escolha de determinado <i>Hostel</i> (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de <i>Hostels</i> , Julho de 2010).....	51

«Viajar, para jovens, faz parte da educação: para adultos, faz parte da experiência.» Francis Bacon

I. INTRODUÇÃO

Desde que o turismo começou a conquistar a preferência de grande parte da população mundial como uma forma de lazer, muitos trabalhos foram desenvolvidos, em diversas áreas de conhecimento, para tentar compreender este fenómeno de maneira mais profunda. O turismo é uma das principais actividades económicas do mundo actual, mesmo tendo em conta a diversidade de contextos geográficos, políticos e sócio-económicos. Organizado de um modo regular a partir da segunda metade do século passado, tornou-se num dos sectores-chave da economia de um grande número de países, justificando em maior ou menor grau numerosas actividades, entre as quais a construção civil e obras públicas, os transportes, a agro-pecuária e os serviços. Paralelamente, os efeitos directos nos campos social e cultural são indiscutíveis, tal como no domínio das relações internacionais e mercado externo (José A. Alexandre, 2001).

Compreendendo esta diversidade de contextos e o constante aumento do número de viajantes e turistas com diferentes características, o mercado turístico e em particular, o sector hoteleiro veio a sofrer ao longo das últimas décadas uma forte segmentação (José A. Alexandre, 2001). Segundo Kotler e Keller (2006), um segmento de mercado consiste num grupo de consumidores que partilham um conjunto idêntico de necessidades e desejos. Segundo Middleton (1994) existem sete métodos de segmentação de mercados sendo todos eles utilizados para segmentação de mercados turísticos. Estes métodos baseiam-se numa pesquisa geral de mercado e são eles:

- **Motivo da viagem:** análise cuidada dos motivos pelos quais os clientes viajam e usam determinado tipo de produto hoteleiro (turismo, negócios, estudo, etc.);

- **Necessidades do consumidor e benefícios procurados:** o consumidor tende a procurar certos benefícios quando realiza a escolha de produtos. Diferentes motivações de viagem vão provocar diferentes necessidades ao consumidor. Na maioria dos sectores de turismo, a amplitude dos benefícios procurados e a sua importância são encontrados apenas após pesquisas de mercado. A segmentação por benefícios permite sintonizar produtos com os motivos percebidos previamente;
- **Características do comprador:** o comprador pode ser segmentado pelo comportamento exibido em termos de compra. Um exemplo claro, é a frequência com que usa determinados produtos. No segmento turístico, os benefícios procurados por um utilizador frequente de um qualquer serviço são de grande importância para uma pesquisa de mercado;
- **Características demográficas, económicas, geográficas e ciclo de vida:** os consumidores podem ser segmentados de acordo com as suas diferenças demográficas e geográficas, através de variáveis como idade, género, ocupação, vencimento e local de residência. Estas características complementadas com outras análises, tais como, o ciclo de vida (em que os consumidores são agrupados conforme a fase de vida em que se encontram) possibilitam a identificação de grupos-alvo;
- **Características psicográficas e estilo de vida:** a Psicografia mede as atitudes mentais e o perfil psicológico de um determinado indivíduo. Estas características são importantes uma vez que se acredita que valores comuns entre grupos de consumidores determinam padrões de consumo. A segmentação através do estilo de vida reflecte um entendimento das necessidades, benefícios procurados e motivações dos indivíduos;
- **Segmentação geodemográfica:** tipo de segmentação que combina *software* de localização com bases de dados de consumidores obtidos através de censos e pesquisas de mercado. Estas ferramentas são fundamentais no âmbito do marketing do produto.

• **Segmentação por preço:** em geral, o comportamento dos consumidores em turismo é altamente sensível ao preço e muitos operadores turísticos agem com a assumpção de que o preço é uma variável chave de segmentação. O preço é muitas vezes utilizado como ferramenta fundamental e é visto por muitos consumidores como o único factor a considerar (Vambery, 1976). No entanto, apesar de motivar grande parte dos consumidores, o factor preço não é uma variável de segmentação do mesmo género das indicadas anteriormente, não contribuindo em nada para o factor satisfação.

Neste contexto de segmentação do mercado turístico e hoteleiro, surge o segmento de alojamento de baixo custo, denominado correntemente por «*low-cost*». De acordo com Massimo Gaggi e Edoardo Narduzzi (2008), o conceito «*low-cost*» nasce da progressiva decadência da classe média, que tem origem nos efeitos da estagnação económica actual e prolongada que alteraram profundamente os mecanismos de distribuição de rendimentos e aceleraram processos de desorganização de poder social e económico: «os valores que deviam ser ciosamente custodiados e transmitidos tendem a dilatar-se até roçarem a raia do “tudo é possível”. Este relativismo dos valores, a nubelarização das referências culturais e sociais entre o *reality show* e o turismo internacional *low-cost*, já transformado em fenómenos de massas, turvam a identidade da classe média e impelam-na em direcções que, há apenas uma geração, eram inimagináveis» (Massimo Gaggi e Edoardo Narduzzi, *Low-Cost: o fim da classe média*, 2008, p.18).

O alojamento «*low-cost*» é considerado também por alguns autores (Jaime Henriques, 2006; Alessandro Fiorentino, 1995; Josep-Francesc Valls, 2009) como uma consequência e impulsão do conceito «*low-cost*» em operadoras aéreas. A criação constante de inúmeras novas rotas aéreas a preços convidativos, implica um ajuste do segmento hoteleiro na tentativa de se posicionar com serviços complementares.

Dentro deste movimento modernista do segmento de indústria hoteleira *low-cost* associado ao forte crescimento do turismo jovem em todo o mundo, nasce há cerca de três décadas, um novo tipo de alojamento económico – os *Hostels*.

O mercado turístico português não esteve alheio ao desenvolvimento desta nova exigência de mercado e acompanhou-a nos últimos cinco anos com a criação de inúmeros alojamentos do tipo *Hostels* (noventa e sete *hostels*) e há cerca de um ano com a abertura de dois *Hotéis Low-Cost*.

A presente pesquisa, tem como objectivo o estudo e caracterização dos *Hostels* em Portugal, considerando-o com o primeiro exemplo de indústria hoteleira *low-cost* no país. Apesar de inicialmente associados a um movimento jovem, os clientes de *Hostels* são segundo James Fortney (2006) pessoas de qualquer idade e qualquer pessoa com idade superior a quarenta e cinco anos que esteja alojada num *Hostel* apenas significa que tem uma mente muito mais aberta que uma outra qualquer pessoa da mesma idade. Inclusivamente, o autor Jaime Henriques (*Projecto - Hotel Low-Cost*, 10º Concurso de Ideias de Negócio, ANJE, 2006), considera que a concorrência directa sobre os hotéis *low-cost* em Portugal, passa pelas pousadas da juventude e *Hostels*: «O conceito de uma pousada da juventude é diferente de um hotel *low-cost*, bem como o seu posicionamento, mas são concorrentes».

Este estudo está organizado em sete capítulos. Neste primeiro capítulo introdutório foi apresentado um **enquadramento lógico do tema e a justificação do interesse desta pesquisa**. São identificados alguns conceitos que serão utilizados em todos os restantes capítulos. Será apresentada no segundo capítulo, uma **revisão bibliográfica que tem por objectivo enquadrar o trabalho no contexto da literatura existente sobre o tema** ao nível nacional e internacional. Embora exista um vasto conteúdo literário sobre o tema a nível internacional, em Portugal a matéria foi ainda muito pouco desenvolvida. Salienta-se a existência a nível nacional de uma grande quantidade de artigos de comunicação social sobre os *Hostels*.

O Capítulo 3 apresenta uma **revisão e enquadramento histórico do desenvolvimento do movimento do segmento hoteleiro dos *Hostels* quer a nível nacional como internacional**. Pretende-se apresentar a origem deste tipo de alojamento, a sua evolução no mercado e a sua caracterização geral ao longo das últimas décadas.

No Capítulo 4 **caracterizam-se de uma forma integral os *Hostels* em Portugal**. Descrevendo sucessivamente os diferentes métodos de pesquisa utilizada no estudo bem como as fontes de informação usadas, definem-se diferentes factores: número de *Hostels* em Portugal por região e sua localização, análise de preço médio por pessoa e noite, análise de classificação internacional (*rating*) dos *Hostels* Portugueses e características gerais comuns. Procedeu-se ainda à **comparação da evolução de crescimento e características das Pousadas da Juventude em relação aos *Hostels* em Portugal** e analisou-se a **legislação portuguesa em vigor** que abrange este tipo de alojamento. Traçam-se e **caracterizam-se os perfis do cliente tipo e dos proprietários tipo dos *Hostels* em Portugal**. Com base nos dados obtidos da realização de questionários estruturados a clientes e a proprietários de *Hostels* em Portugal, procedeu-se à sua caracterização.

As **conclusões finais** são apresentadas no Capítulo 5, adiantando contribuições e limitações do estudo, procurando implicações para futuros casos ou estudos.

II. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A presente revisão bibliográfica tem como objectivo construir um argumento legítimo para a pesquisa em curso, considerando a base de conhecimentos existente actualmente sobre *Hostels*. Neste caso, a literatura a rever cobrirá dois contextos paralelamente: o internacional (onde o movimento nasceu e tem mais consistência formal) e o nacional.

2.1. Os *Hostels* no contexto internacional

A definição do conceito de *Hostel* foi desde sempre um tema vasto e para o qual surgiram diversas opiniões de vários autores, cuja base de pensamento é comum a todas elas. Segundo Elisabeth Dubin (2003, p.xiii), o termo *Hostel* designa um local de hospedagem barato, com estilo de dormitório, para viajantes que não procuram nem o luxo nem a privacidade habituais de um hotel comum. Dallen Timothy (2009, p.213) considera que os *Hostels* são alojamentos que estão na maioria das vezes associados a turismo de jovens mochileiros ou *Backpackers* e a alguns turistas internacionais independentes que viajam com um orçamento pouco flexível, procuram um alojamento mais barato e querem muitas vezes confraternizar com outras pessoas da sua categoria sócio-económica e estrato etário. Para Alicia Bodine (“*Who does a ower spend a workday?*”, 2008), um *Hostel* é diferente de um Hotel porque os seus quartos dispõem de várias camas ou beliches e estas são vendidas individualmente. Ao analisar a definição de *Hostel* apresentada numa enciclopédia virtual (wikipédia, *HostelAlbergue*, 2011), verifica-se que esta vai de encontro às opiniões dos autores apresentados anteriormente: «Os *Hostels* (albergue para *Backpackers*) providenciam preços convidativos, socialização, onde cada convidado pode reservar uma cama ou beliche, num quarto partilhado com casa de banho partilhada, lavandaria e por vezes cozinha». De acordo com esta definição, considera-se que os *Hostels* são alojamentos onde se praticam preços considerados *low-cost* e que se assemelham quase na íntegra às conhecidas Pousadas da Juventude, embora com um público-alvo mais abrangente. Considerando as definições de *Hostel* apresentadas e argumentadas por diferentes

autores, o cliente tipo considerado mais habitual neste tipo de alojamento é o *Backpacker* (mochileiro). *Backpacker* é a denominação actual mais utilizada mundialmente para descrever os turistas que viajam de maneira independente, flexível e económica. Pearce (1990), Hannam (2008) e Atleljevic (2008) consideram que um *backpacker* está inserido num perfil social em que se podem considerar cinco critérios: (1) preferência por alojamentos baratos, (2) ânsia em conhecer outros viajantes, (3) viagens organizadas de forma independente e flexível, (4) maior tempo de viagem e (5) preferência por actividades informais de férias.

Tourim Australia (2008, 1) considera que os *Backpackers* não são os principais utilizadores dos *Hostels*, uma vez que estes viajantes procuram sempre em primeiro lugar o factor preço, e muitas vezes existem outros tipos de alojamento de baixo custo mais atractivos neste aspecto. No entanto, admite também que os *Hostels* estão a ser actualmente utilizados quer por jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos que poupam dinheiro para fazer uma viagem de longa duração, quer por pessoas de mais idade que procuram novas experiências (na Austrália, por exemplo, 12% dos *Backpackers* têm idades compreendidas entre os 40 e os 49 anos).

As características dos serviços disponibilizados pelo alojamento do tipo *Hostel* tem vindo a sofrer nos últimos anos, e por todo o mundo, alterações de reajustamento à realidade e tipo de necessidades dos seus clientes. No entanto, as vantagens e desvantagens deste tipo de alojamento foram descritas por vários autores ao longo das várias fases da sua existência. Segundo Dallen Timothy (2009, p.218) as vantagens das características e serviços disponíveis nos *Hostels* que os distinguem e favorecem no contexto do seu cliente tipo são fundamentalmente: (1) o custo reduzido por cama, variável geralmente, de acordo com o número de utilizadores do quarto (provavelmente o factor mais decisivo), (2) a oportunidade de conhecer pessoas com o mesmo tipo de interesses, (3) o acesso à internet gratuita ou a custo muito reduzido, (4) o serviço de biblioteca e troca de livros, (5) a acessibilidade ou localização turística estratégica do alojamento. Como principais desvantagens, este autor considera (1) a falta de segurança,

(2) o alojamento em quartos partilhados e conseqüente falta de privacidade, (3) o barulho constante nos espaços comuns e nos próprios quartos.

Nancy Parode (2011), para além das vantagens apresentadas anteriormente, salienta ainda a facilidade em obter informação sobre qualquer *Hostel* em todo o mundo, a existência de padrões de qualidade mínimos em *Hostels* exigidos e supervisionados por organizações internacionais específicas, o serviço de pequeno-almoço incluído e em muitos casos a possibilidade de utilização de cozinha para confecção de alimentos. Como desvantagens, este autor considera ainda a constante falta de acessibilidade de pessoas com deficiências, a ausência de uma recepção com serviço 24 horas, a prioridade que alguns *Hostels* oferecem a clientes com idade inferior aos 26 anos e a existência de hora limite de entrada em alguns casos.

Compreendendo todas as suas particularidades, vantagens e desvantagens, os *Hostels* são compreendidos por todos como alojamentos destinados a um cliente de perfil específico que tem evoluído de forma crescente no mercado turístico global. De acordo com o relatório desenvolvido pela *WYSE Travel Confederation* e pela *UNWTO World Tourism Organization* (2008), onde é estudado e analisado de uma forma global a indústria do turismo jovem entre os anos de 2002 e 2007 a nível mundial, este segmento de mercado é considerado (*Youth Travel Matters – Understand the Global Phenomenon of Youth Travel*, p.xi):

- **Um segmento turístico forte e importante:** o turismo jovem representa mais de 20% do turismo internacional e 18% do total das receitas de turismo mundiais;
- **Um segmento de mercado crescente:** o gasto médio em viagem dos jovens aumentou 39% entre os anos de 2002 e 2007 e o mercado de turismo jovem sofreu um crescimento de 3 a 5% ao ano (o segmento turístico que mais aumentou);
- **Uma possibilidade de união de esforços no desenvolvimento da informação e publicidade turística:** os jovens viajantes estão a planear cada vez mais as suas

viagens e procuram informação turística dos países a visitar de forma exaustiva e conhece-se que 80% dos jovens usa a internet para obter estas informações e que as reservas em sistema *online* cresceram quatro vezes nos últimos cinco anos;

- **Uma oportunidade de reforçar valores positivos:** os jovens fazem viagens de longa duração para aumentarem o seu conhecimento sobre o mundo e sobre a cultura de cada país e 80% dos jovens viajantes afirmam que este tipo de viagens lhes mudou de algum modo pormenores no seu estilo de vida;
- **Um segmento de mercado aventureiro:** 45% dos jovens viajantes estão interessados em conhecer habitantes dos países para onde viajam e 37% querem sair dos roteiros turísticos habituais. Os destinos mais procurados por este tipo de turistas em 2007 foram a Austrália, China, Índia e Sudeste Asiático;
- **Um tipo de turismo diferente:** os jovens gostam de desenvolver o seu próprio estilo e conceito de viagem e apenas 23% se consideram turistas. Um número crescente de jovens (42%) pretende ajudar pessoas e contribuir de algum modo no país que visitam e não se limitam a conhecer os grandes centros urbanos (46% dos jovens em todo o mundo viaja para meios não urbanos);
- **Um importante segmento para o sector hoteleiro:** o mercado jovem corresponde actualmente a mais de 300 milhões de dormidas por noite em todo o mundo sendo os *Hostels* o mais importante produto hoteleiro neste segmento (o alojamento de jovens em *Hostels* aumentou em 2007, 60% em relação a 2002);
- **Um mercado competitivo e de mudanças rápidas:** as pesquisas revelaram que a tendência será de um crescimento constante ao nível da profissionalização de especialistas nesta área para compreender as progressivas necessidades e desejos deste tipo de cliente. O aumento da frequência das viagens, consequência do aumento paralelo do mercado das companhias aéreas de baixo custo, levará a uma consequente diminuição da duração de cada viagem;

- **Um mercado para o futuro:** 60% dos governos em todo o mundo está a antecipar uma expansão nos próximos cinco anos neste tipo de segmento e consideram ainda que o crescimento deste sector desenvolverá outros sectores da indústria dependentes. Por outro lado, 95% dos jovens (2007) considerou que as experiências turísticas que tinham tido os tinham tornado ávidos de mais viagens.

O turismo jovem e de baixo custo, apesar de ter um futuro promissor é ainda muitas vezes, na prática, pouco apoiados. Keeley (2001) considera que, apesar da expansão bastante rápida na oferta de alojamento *low-cost*, o turismo jovem tende a não beneficiar de ajudas do sector público. Pesquisas estatais recentes sobre o turismo na Escócia, não reflectem qualquer benefício associado ao turismo jovem e aos padrões deste tipo de viajantes (Robert Nash, 2006; Merre Thyne, 2006; Sylvie Davies, 2006). Esta falta de apoio estratégico recorrente aos empresários dos *Hostels*, faz com que na maioria dos casos, estes alojamentos sejam criados com a motivação e força de vontade e empreendedorismo de alguns jovens *Backpackers* e clientes habituais apaixonados pelo conceito (“Hostel Management – open a *Hostel*”, www.hubpages.com). Segundo o autor deste artigo, a criação de um *Hostel* pode ser muito mais divertida do que a de um hotel porque o ambiente social é mais vivo e é um sítio óptimo para conhecer pessoas de todo o mundo. As tarefas e compromissos diários inerentes à gestão de um *Hostel* são considerados por Alice Bodine (2008) e Adam Cloe (2008), os seguintes:

- **Quartos:** o proprietário do *Hostel* deve verificar regularmente os quartos para garantir que estão limpos e que nenhum equipamento ou mobiliário está a precisar de reparação, antes de qualquer nova reserva ou *check-in* de novos hóspedes;
- **Publicidade:** grande parte do tempo disponibilizado pelo proprietário do *Hostel* deve ser utilizado também na promoção do empreendimento junto de agências de viagens, revistas do sector turístico e páginas de *Internet* utilizadas internacionalmente como motor de reservas em *Hostels*. A organização de festas temáticas e de refeições nas zonas comuns são muitas vezes políticas correntes dos donos dos *Hostels* para promover a vertente lúdica do espaço;

- **Gestão de Recursos Humanos:** o proprietário do *Hostel* deverá coordenar os turnos de trabalho dos vários funcionários na área da gestão do empreendimento e na gestão da qualidade dos serviços e limpeza;
- **Ordem de Compras:** o proprietário é responsável pela gestão do inventário e respectivas ordens de compras, gestão de fornecedores e consumos diários. A gestão de compras deverá ser a mais otimizada possível;
- **Processamento de salários e contabilidade:** o proprietário deverá organizar todos os documentos necessários à correcta gestão contabilística no que diz respeito a despesas e pagamentos (custos directos e indirectos), salários de funcionários (incluindo a contabilização de horas extra) e facturação;
- **Reservas e Serviço de recepção:** o trabalho de reservas, *check-in* e informações gerais a hóspedes são consideradas as tarefas mais morosas do trabalho de gestão de qualquer alojamento deste tipo.

2.2. Os *Hostels* no contexto nacional

A documentação existente até ao momento sobre *Hostels* é ainda muito diminuta. Sendo um conceito e movimento do sector hoteleiro relativamente recente em Portugal, existem ainda poucos artigos escritos e, ao longo desta pesquisa, não foi possível encontrar registo de nenhuma dissertação ou tese sobre o tema. Consideram-se importantes para a descrição do movimento dos *Hostels* no contexto nacional, os vários artigos de imprensa que vão constantemente sendo publicados.

A origem dos *Hostels* em Portugal remonta ao ano de 2005, a partir do qual este segmento começou a sofrer um crescimento significativo (“*Lisboa tem os melhores hóspedes do Mundo*”, Jornal online, 30 de Agosto de 2009). No ano de 2009 já se encontravam inscritos na página *web* de reservas www.hostelworld.com, vinte e um espaços em Lisboa e nove no Porto.

Actualmente são mais de meia centena distribuídos um pouco por todo o país (www.hostelworld.com). Em 2007, num espaço de tempo de aproximadamente dois anos desde a abertura do primeiro *Hostel* em Portugal, o oitavo lugar do *Rating* de *Hostels* a nível mundial é atribuído ao “Travellers House” em Lisboa (“*Hosteis: Portugal no top-10 da Hostelworld.com. Hoscars para a Travellers House*”, Revista Fugas, Jornal Público, 4 de Março de 2008). Já os *Hoscars* 2009 (os Óscares dos *Hostels*), não deixaram margem para dúvidas no que diz respeito à elevada qualidade deste tipo de estabelecimentos hoteleiros em Portugal; os três primeiros lugares foram atribuídos a *Hostels* localizados em Lisboa (o Travellers House, o Lisbon Lounge *Hostel* e o Living Lounge *Hostel*), depois da avaliação de 800 mil clientes que classificaram mais de 20 mil *Hostels* em todo o Mundo (“*Lisboa tem os melhores hosteis do Mundo*”, Jornal ionline, 30 de Agosto de 2009).

Actualmente, após a saída dos resultados dos *Hoscars* 2010, voltam-se a confirmar a presença de quatro *Hostels* da capital Portuguesa entre as dez primeiras posições (www.hostelworld.com). Miguel Esteves Cardoso (“*Osteles, Hósteis ou até Républicas*”, Jornal Público, 17 de Fevereiro de 2009) considera que por fim aparece um ramo simpático e não-minoritário em que estamos entre os melhores do Mundo no entanto acredita que é necessário procurar um “aportuguesamento” da palavra.

A capital portuguesa corre mundo na boca dos mais jovens que não poupam elogios à qualidade da oferta disponibilizada (“*Lisboa é fixe! Turismo jovem em Crescimento*”, Revista do Turismo de Lisboa Nº63). A aclamação, praticamente unânime, do destino de Lisboa entre os jovens turistas de todo o Mundo, destaca não só a qualidade dos *Hostels*, como a variedade de experiências e vivências que a cidade proporciona. A explicação ou justificação do fenómeno de crescimento dos *Hostels* em Portugal é entendida por vários dos seus proprietários de diferentes perspectivas. Vera Campos, uma das donas do Downtown Hostel (Porto), considera que os *Hostels* em Portugal estão a ficar muito luxuosos para o tipo de cliente e para o tipo de expectativas tornando-se quase hotéis de charme (“*Lisboa tem os melhores hósteis do Mundo*”, Jornal ionline, 30 de Agosto de 2009). No mesmo artigo, Ricardo Castro, um dos sócios

da cadeia Poets Hostel e presidente da Associação de *Hostels* de Portugal, acredita que a decoração cuidada é um dos postos que marca a diferença. A sua formação em Belas Artes influenciou a decoração dos espaços dos seus empreendimentos que pretendeu que se diferenciasssem de todos os outros que praticavam o mesmo preço.

A Associação Portuguesa de *Hostels* de Portugal foi criada em 2008 por Ricardo Castro, tendo por base a lacuna legal existente no enquadramento dos primeiros *Hostels* que já trabalhavam. Surgiu a necessidade de criar uma plataforma legal que pudesse defender este tipo de estabelecimentos devido às inúmeras tentativas de multas que eram e continuam a ser constantes. Neste momento, o valor dos *Hostels* está a começar a ser reconhecido, no entanto não pode ser esquecida a fase de ilegalidade inicial. Assim, a Associação pretende manter a defesa dos direitos dos seus associados sempre que surge alguma questão menos clara e criar uma certa identidade comum entre todos os *Hostels* nacionais (“*Lisboa é fixe! Turismo jovem em Crescimento*”, Revista do Turismo de Lisboa Nº63).

III. A ORIGEM E EVOLUÇÃO DOS HOSTELS

Este capítulo aborda a origem e o desenvolvimento dos *Hostels* enquanto fenómeno, tanto na Europa como por todo o Mundo. Define o contexto histórico, ao examinar as origens do movimento na Europa, a importação do conceito para os Estados Unidos na década de 1930 e a evolução das organizações de *Hostels* (International Youth Hostel Federation e American Youth Hostels, p.e.) desde a sua origem até à actualidade.

O que actualmente é considerado um fenómeno do sector turístico moderno, surgiu no início do século XX, na Alemanha por iniciativa de um professor alemão – Richard Schirmann (*Youth Hostels Origin – The truth about German hostels*, www.smart-travel-germany.com, 31 de Outubro de 2009). A origem de um movimento ideológico abrangente em que grupos juvenis partilhavam o gosto pela natureza e a crença de que o progresso tecnológico e social tinha trazido alguns perigos ao espírito humano (Ilse Reicke, “*The Youth Movement: Its Momentum Felt Fifty Years Later*”, *American-German Review* 30, no.1, 1963, 6) levou a uma tentativa de libertação da vida da cidade através da organização de passeios e pequenas viagens pelo campo, de modo que os jovens pudessem usufruir dos poderes revigorantes da natureza e recuperar o sentido de amor pela paisagem da sua terra natal. Neste contexto, Richard Schirmann lamentou as condições nas quais os seus alunos estavam a viver e a aprender e começou a levar pessoalmente os seus alunos para o campo aos fins-de-semana, sabendo que estes não tinham qualquer outra oportunidade de deixar a cidade insalubre e repleta de gente (James O’Donald Mays, “*The Development of Youth Hostels in the United States*”, M.S. Thesis, University of Georgia, 1941, 12). Segundo Schirmann, «para ser alberguista é preciso, sobretudo amar a liberdade, dignificar a convivência humana e o respeito. O sucesso do alberguismo repousa na missão e na filosofia que estão enraizadas no movimento» (“*Fica a saber mais sobre o movimento Alberguista. Conhece a origem e história das Pousadas da Juventude em Portugal*”, Instituto Português da Juventude, Setembro, 2009, p.3).

Em Agosto de 1909, num destes pequenos passeios, Richard Schirmann foi apanhado por uma violenta tempestade durante uma viagem realizada com os seus alunos e teve de procurar abrigo num celeiro de uma quinta que encontraram nas proximidades. Enquanto os jovens dormiam, Schirmann não desistiu de pensar uma forma de solucionar este tipo de situações. O risco do alojamento nocturno incerto era proibitivo para viagens longas, dada a responsabilidade de Schirmann pelo bem-estar e saúde daqueles que estavam à sua guarda. Segundo ele, tinham de se criar sítios onde os jovens viajantes e alunos recebessem uma estadia segura e barata por uma ou mais noites (*The Truth About the Youth Hostels*, Marcus Hochstadt, 2005). Esta ideia foi publicada pela primeira vez em 1910 numa dissertação acerca de “*Voksschuelerherbergen*” (Alojamentos elementares para estudantes) em que Richard Schirmann considera que as escolas primárias são a solução ideal para o alojamento de alunos em viagens durante os fins-de-semana e férias. Utilizando apenas duas salas de aula (uma para raparigas e outra para rapazes) e utilizando bancos empilháveis, haveria espaço para um total de quinze camas (*Youth Hostels Origin – The truth about German hostels*, www.smart-travel-germany.com, 31 de Outubro de 2009). Com a publicação deste artigo no “*Koelnische Zeitung*” (Jornal de Colónia), muitas ofertas e donativos foram enviados de todas as regiões da Alemanha para apoiar esta causa.

Apesar do grande público apoiar este movimento, este não teve grande apoio por parte da classe de professores, que talvez não apreciassem a ideia de rapazes e raparigas dormirem no mesmo edifício, mesmo sob supervisão dos acompanhantes, ou talvez tenha sido a ideia dos professores a confraternizar com os estudantes que os desagradou. Ainda assim, Richard Schirmann continuou convencido de que valia a pena promover o conceito. Em 1912, Schirmann levou a sua ideia para além do uso de escolas temporariamente vazias, defendendo a criação de um sistema de alojamento permanentemente aberto a grupos de viajantes, utilizando para esse fim edifícios vazios sem qualquer utilização – tais como, Castelos Medievais (*Preservation for the people – Seventy years of American Youth Hostels*, Elisabeth Dubin, 2003). Fruto do desenvolvimento desta ideia, foi inaugurado ainda no ano de 1912, o primeiro *Hostel* no

Castelo de Altena (Alemanha) nas proximidades da escola onde leccionava Richard Schirmann.

No final do mesmo ano, existiam já 140 alojamentos deste tipo, em 1913 esse número duplicou e no final do ano de 1914 estavam já registados 535 *Hostels*. A primeira revista de *Hostels*, denominada “Jugendherberge”, foi publicada em 1920 e incluía a descrição de um total de 700 alojamentos (“*As different as our Guest. Youth Hostels*”, www.jugendherberge.de, Janeiro 2011). Entre o ano de 1924 e 1929, o número de novos *Hostels* continua a crescer devido às verbas obtidas através da promoção de uma lotaria a favor deste tipo de estabelecimentos. Em 1932, existiam na Alemanha um total de 2123 *Hostels* e, por esta altura noutros países tais como a Polónia, Holanda, França, Inglaterra e Suíça já tinham aberto mais de 600 alojamentos deste tipo (*The Truth About the Youth Hostels*, Marcus Hochstadt, 2005).

1927	Polónia, Suíça, Holanda
1930	Inglaterra, Noruega, França
1931	Irlanda, Bélgica, Escócia
1934	USA
1938	Canadá
1956	Argentina
1958	Uruguai
1961	Brasil

Fig.1 – Datas de abertura do primeiro *Hostel* em diferentes países (*Preservation for the people – Seventy years of American Youth Hostels*, Elisabeth Dubin, 2003)

A 20 de Outubro de 1932, nasce em Amesterdão (Holanda) a primeira organização internacional de *Hostels* – International Youth Hostel Federation (IYHF) – representando as associações de *Hostels* de todos os países aderentes nomeadamente, Suíça, Checoslováquia, Polónia, Holanda, Noruega, Dinamarca, Grã-Bretanha, Irlanda, França e Bélgica. Nas décadas que antecederam o início da Segunda Guerra Mundial

(1939), o movimento dos *Hostels* difundiu-se e sofreu transformações, tanto na Europa Ocidental como na de Leste. O conceito, na sua forma básica, transcendeu a maioria das fronteiras mas posteriormente cada país adoptava as suas regras e estilos organizacionais (*Preservation for the people – Seventy years of American Youth Hostels*, Elisabeth Dubin, 2003). Com efeito, os vários países da Europa modificaram certos aspectos do modelo alemão, em resposta às condições socioculturais próprias de cada país. Em 1934, o conceito dos *Hostels* chegou à América e os seus impulsionadores examinaram cuidadosamente a variedade de modelos europeus, de forma a elaborar um sistema específico adequado aos Estados Unidos (Oliver Coburn, “*The Youth Hostel Story*”, London: National Council of Social Service, 1950, p.149).

Durante a Segunda Guerra Mundial muitos *Hostels* foram destruídos e impedidos de serem utilizados e desenvolvidos. No ano de 1947, após o fim da guerra, formaram-se grupos de trabalho internacionais que participaram na reconstrução de edifícios e construção de novas unidades para repor as destruídas na sequência de bombardeamentos. Nesta altura, na Alemanha já existiam novamente aproximadamente 247 *Hostels* (*Youth Hostels Origin - The truth about German hostels*, www.smart-travel-germany.com, 31 de Outubro de 2009). Actualmente, a organização International Youth Hostel Federation (IYHF) é denominada de *Hostelling International* e é considerada ainda uma das maiores organizações associativas para a juventude do Mundo, com um número de membros superior a três milhões e com uma filosofia mais válida hoje que nunca (“*Fica a saber mais sobre o movimento Alberguista. Conhece a origem e história das Pousadas da Juventude em Portugal*”, Instituto Português da Juventude, Setembro, 2009, p.3). A *Hostelling International* gera actualmente 35 milhões de dormidas anuais nos seus mais de 4000 *Hostels* associados, espalhados por mais de sessenta países (“*History and Philosophy*”, Hostelling International, p.4).

3.1. O contexto nacional

A origem dos *Hostels* em Portugal, remonta a 15 de Abril de 2005, altura em que abre em Lisboa o “Lisbon Lounge Hostel” em resultado de uma ideia trazida do estrangeiro

por quatro jovens empreendedores (“Lisboa tem os melhores *Hostels* do Mundo”, Lusa, 31 de Agosto de 2009, Diário de Notícias). Uma das proprietárias deste *Hostel* afirma que «a ideia para abrir o *Hostel* surgiu após uma viagem a Sófia, Bulgária, e quando regressámos vimos que era algo que faltava em Lisboa» (“Hostels: o luxo low-cost”, Catarina Cabral, 4 de Novembro de 2010, www.mariajoaodealmeida.com). Após cinco anos de actividade, este *Hostel* era já uma referência neste tipo de alojamento e foi classificado como o terceiro melhor *Hostel* do Mundo, segundo *raking* anual promovido pelo portal irlandês *Hostelworld.com*. Após alguns meses abriram uma segunda unidade, o “Living Lounge Hostel”, o qual resultou como a consolidação do conceito e marca (“Dormir num Hostel”, Rotas e Destinos/Cofina Media 2010, 13 de Abril de 2010, www.viagens.pt).

Estes dois espaços marcaram o início da indústria dos *Hostels* em Portugal, associando-lhes uma imagem de design, moda limpeza e modernidade que os distingue de muitos outros estabelecimentos deste tipo espalhados por todo o mundo. (“Dormir num Hostel”, Rotas e Destinos/Cofina Media 2010, 13 de Abril de 2010, www.viagens.pt). Prova disso, é o facto de cinco dos melhores *Hostels* do mundo desde 2009, serem portugueses (“*Hostelworld: Cinco dos melhores hostels do mundo são portugueses*”, www.almadeviajante.com, 28 de Janeiro de 2010). Os *Hostels* portugueses são considerados de muita qualidade pelos seus proprietários: «quando um pequeno grupo começou com os *Hostels*, decidiu fazê-los com qualidade. Agora criou-se uma espécie de ciclo vicioso: para se conseguir sobreviver no mercado, os *Hostels* têm de ser muito bons» (Tiago Venâncio, co-proprietário do Travellers House, “*Hostels de Lisboa são de novo os melhores do mundo*”, Jornal Público, Cláudia Sobral, 8 de Fevereiro de 2011).

O crescimento do mercado dos *Hostels* desenvolveu-se compulsivamente durante os últimos seis anos, considerando os actuais noventa e sete inscritos no portal de reservas de *Hostels* mundialmente, a www.Hostelworld.com. Lagos, Coimbra, Peniche, Porto e Aveiro são algumas das cidades em que os *Hostels* já se tornaram também uma referência. No Porto, à semelhança do que acontece em Lisboa, estes alojamentos situam-se na baixa da cidade e também fazem do design a sua imagem de marca

(“Dormir num Hostel”, Rotas e Destinos/Cofina Media 2010, 13 de Abril de 2010, www.viagens.pt). O fenómeno dos *Hostels* no Porto e Lisboa é tão notório que quase todos se tentam diferenciar através da criação de temáticas de decoração e de eventos nocturnos. Exemplo disso é o Rivoli Cinema *Hostel*, o primeiro *Hostel* temático em Portugal, situado na cidade do Porto num edifício projectado por Xavier Esteves (o mesmo arquitecto da Livraria Lello) em que cada um dos doze quartos representa um filme (“Hostels dão cor à cidade”, Susana Ribeiro, Jornal de Noticias, 4 de Março de 2011).

Este *boom* de um negócio empreendedor, leva actualmente a uma maior exigência dos padrões de qualidade de serviços dos *Hostels* em Portugal, devido à concorrência num mercado em que as margens não podem variar muito. Este facto, leva a que proprietários considerem que: «há um exagero de abertura de *hostels*, uma boa vertente de negócio, mas não há espaço para mais. Actualmente a procura deve rondar os 30% da oferta» e que «há sempre espaço para os melhores. Na época baixa, alguns *hostels* de “*ratings*” mais baixos têm muitas dificuldades. Mas claro que os melhores têm sempre clientes mesmo no inverno» (“Temos os melhores Hostels do Mundo!”, Sónia Calheiros, Revista Visão, 25 de Fevereiro de 2011).

IV. CARACTERIZAÇÃO DOS HOSTELS EM PORTUGAL

O capítulo anterior procurou dar informação sobre a origem e evolução histórica do segmento hoteleiro dos *Hostels* a nível internacional e nacional. Pretendeu-se mostrar que a origem dos *Hostels* remonta á década de 1910 e que a sua chegada a Portugal, na versão actual, apenas se dá cerca de nove décadas mais tarde. Apesar deste significativo intervalo de tempo, os *Hostels* em Portugal desenvolveram-se desde 2005 (data da abertura do primeiro *Hostel* em Portugal) a um ritmo significativamente crescente e evoluíram qualitativamente de uma forma singular em relação ao panorama internacional. Os consecutivos prémios a nível mundial são o espelho das qualidades e particularidades que distinguem estes alojamentos num contexto global e em relação a países com uma trajectória histórica marcante neste ramo do turismo.

Compreendendo o processo evolutivo dos *Hostels* em Portugal apresentado no capítulo anterior, o presente capítulo, irá analisar o mercado dos *Hostels* em Portugal em termos quantitativos. Definir-se-ão diferentes factores, tais como: número de *Hostels* em Portugal por região e sua localização, análise de preço médio por pessoa e noite, análise de classificação internacional (*Rating*) dos *Hostels* Portugueses e características gerais comuns. Ainda no presente capítulo, considerando as Pousadas da Juventude o principal concorrente do segmento dos *Hostels* em Portugal, proceder-se-á a uma análise comparativa da evolução de crescimento e características destes dois tipos de alojamentos e analisar-se-á a legislação portuguesa em vigor que abrange este tipo de alojamento.

O instrumento utilizado na análise desenvolvida foi a pesquisa bibliográfica e análise de portais de internet de reserva de *Hostels*. O portal *Hostelworld.com* é considerado o maior motor de busca de *Hostels* do Mundo e através de fotografias, descrições, opiniões e votações de clientes de *Hostels*, permite facilmente avaliar as características de qualquer alojamento e efectuar uma reserva. Através deste portal e todas as características disponibilizadas, foi realizada uma análise do mercado de *Hostels* em

Portugal no que diz respeito a vários factores. O estudo das características individuais de cada *Hostel* em relação permitiu concluir o que se indica seguidamente.

4.1. Número e localização dos *Hostels* em Portugal

Através da informação disponibilizada pelo portal *Hostelworld.com* para cada *Hostel*, foi desenvolvida uma lista dos *Hostels* em Portugal (Janeiro 2011), incluindo as suas principais características (Tabela 1 – Anexo I). Em Janeiro de 2011, existia um total de noventa e sete *Hostels*, por todo o país, com maior incidência na Região de Lisboa (Figura 2). Analisando o mapa de localização e distribuição dos *Hostels* ao longo do território português (Figura 2), observa-se que este tipo de alojamento predomina essencialmente nas proximidades da zona litoral continental e ilhas. A zona interior do país está totalmente desprovida de *Hostels*, havendo apenas a registar a existência de um alojamento deste tipo na cidade de Évora. Estabelecendo um paralelismo entre o mapa de distribuição de *Hostels* em Portugal e o mapa das principais redes de transportes portuguesas, rapidamente se observa uma analogia estratégica entre a existência de boas acessibilidades e a localização deste tipo de alojamentos:

- **Transporte aéreo:** A localização dos três principais aeroportos portugueses (Lisboa, Porto e Faro), coincide com as zonas/cidades com maior número de *Hostels* (41 unidades em Lisboa, 15 unidades no Porto e 1 unidade em Faro), justificado pela comodidade dos turistas que provêm de outras cidades Europeias e Mundiais. Estas três cidades detêm 59% do mercado de *Hostels* em Portugal.
- **Transporte ferroviário:** Sendo o mais cómodo e rápido dos transportes colectivos, é o mais utilizado pelos jovens para se deslocarem em viagens de médias e longas distâncias. Os inúmeros programas e campanhas de incentivo á utilização deste tipo de transporte pelas empresas ferroviárias (CP - Comboios de Portugal E.C.E.), tais como o “*InterRail*”, influenciam as rotas turísticas dos jovens que chegam e se deslocam em Portugal neste meio de transporte.

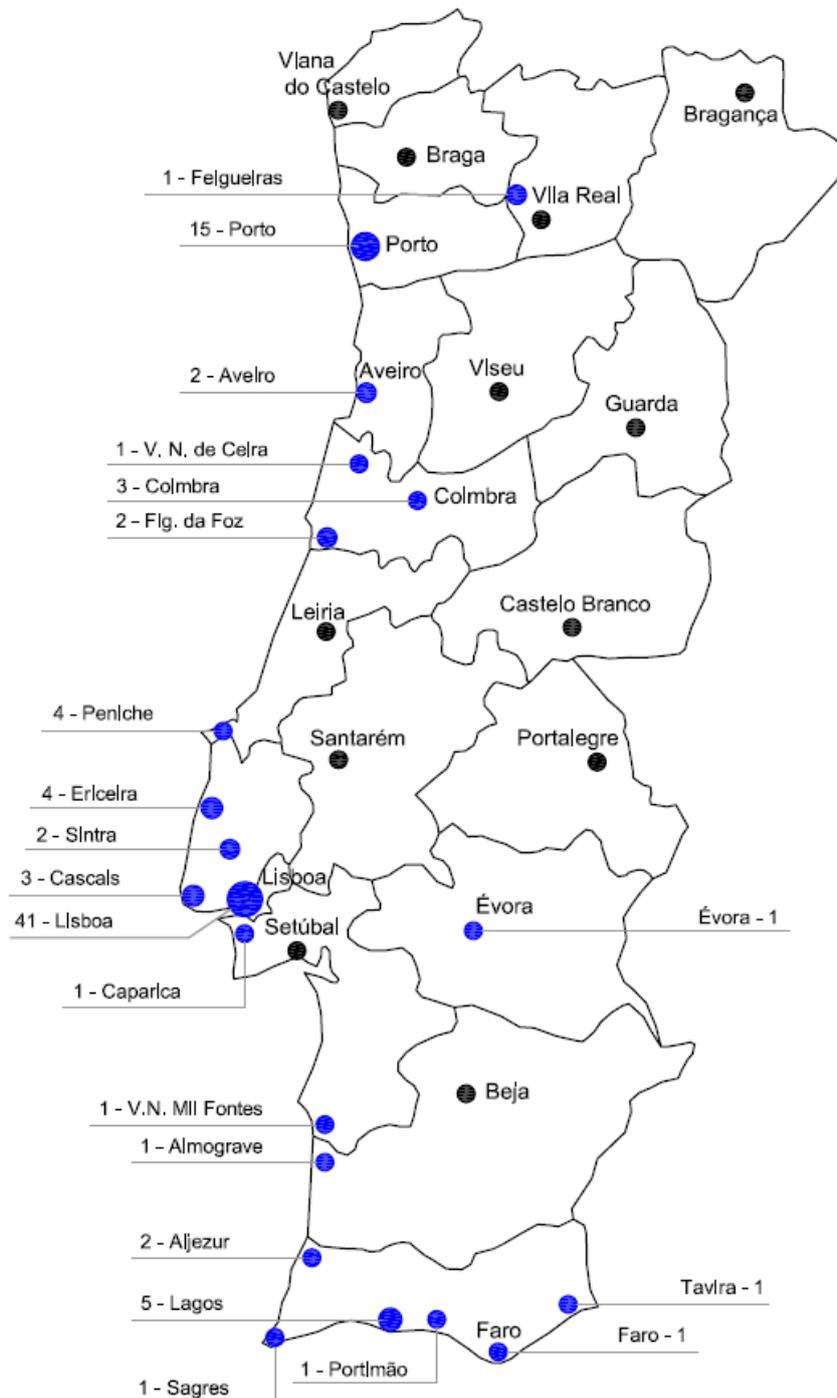


Fig.2 – Mapa de distribuição e número de *Hostels* em Portugal (Fonte: Adaptado da informação contida no portal *Hostelworld.com*)

Ao observar o mapa com as principais redes ferroviárias nacionais e com as redes que unem Portugal ao resto da Europa (Figura 3), constata-se que existe uma relação válida

entre estas e a estratégia de localização dos *Hostels* em Portugal. A linha ferroviária nacional litoral que une Valença a Faro, acompanha a linha de influência de localização dos *Hostels*. As cidades onde se localizam as principais estações onde o comboio faz escala ao longo desta linha (Valença, Porto, Pampilhosa, Coimbra, Entroncamento, Lisboa, Tunes, Albufeira, Loulé, Faro), representam 63% do mercado de *Hostels* em Portugal.

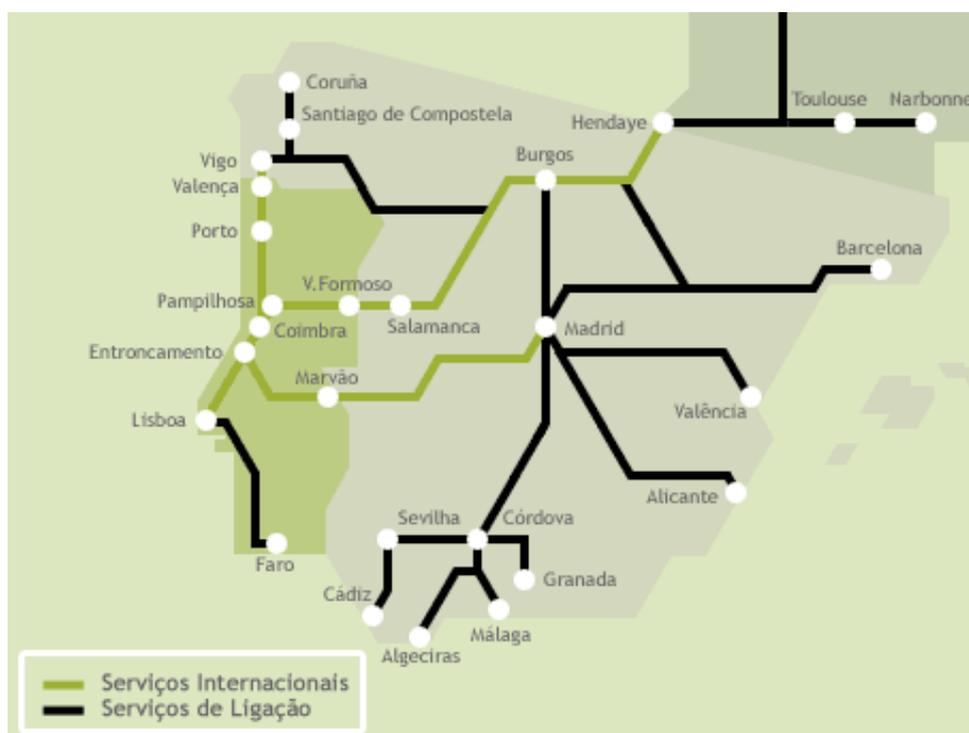


Fig.3 – Mapa de principais redes ferroviárias Ibéricas (Fonte: Portal da CP – Comboios de Portugal E.C.E., www.cp.pt)

- **Transporte rodoviário:** O transporte rodoviário (Rede Nacional de Expressos) é utilizado pelos turistas dos *Hostels* para deslocações de pequena e média distância. Para além do transporte ferroviário ser mais cómodo, disponibiliza descontos para jovens superiores aos da rede rodoviária (autocarros urbanos, nacionais e internacionais), o que influencia significativamente a tomada de decisão deste tipo de turistas.

Assim, na generalidade dos casos, a utilização do autocarro apenas se destina a situações em que o comboio não chega ao destino pretendido. São exemplos deste fenómeno, as diferentes localidades da zona Sul do país (Vila Nova de Mil Fontes, Almogrove, Aljezur, Lagos, Sagres, Portimão e Tavira). Estas localidades detêm 14% do mercado de *Hostels* em Portugal.

O mercado de aluguer de automóveis não é uma solução muito utilizada entre os clientes de *Hostels* devido às restrições de idade (para condutores com idade inferior a 30 anos) impostas pelas empresas de aluguer de automóveis. De acordo com as regras e condições impostas por este tipo de empresas em Portugal, a idade mínima necessária para conduzir um carro alugado é de 21 anos e até aos 30 anos será taxado um suplemento de “condutor jovem” (www.avis.com). O preço pouco convidativo deste tipo de serviços leva a que esta seja uma solução apenas utilizada quando os clientes viajam em grupos de quatro ou cinco pessoas. Muitas empresas do sector, começam agora a promover campanhas promocionais destinadas a jovens, apresentando o cartão jovem nacional ou internacional (www.avis.com).

- **Transporte marítimo:** Os turistas que chegam a Portugal por via marítima são em pouca escala e não se apresentam como clientes tipo do segmento *low-cost*. Em geral, este tipo de transporte atrai turistas para segmentos hoteleiros de gama média alta. Por outro lado, a duração das viagens e a curta estadia em cada porto de paragem são algumas das características que não se coadunam com o cliente dos *Hostels*.

Considerou-se o território nacional dividido em cinco Regiões para posterior análise de localização dos *Hostels* em Portugal: Região Norte, Região Centro, Região de Lisboa, Região Sul e Ilhas. Analisando a referida localização por região (informação adaptada do portal Hosteworld.com, Janeiro de 2011), conclui-se que a Região de Lisboa é a zona dos país com maior número de *Hostels* (51 unidades hoteleiras e 53% de cota de mercado) seguida da Região Norte (16 unidades e 17% de cota de mercado). No gráfico seguinte (Figura 4) define-se a distribuição de *Hostels* por região (em percentagem).

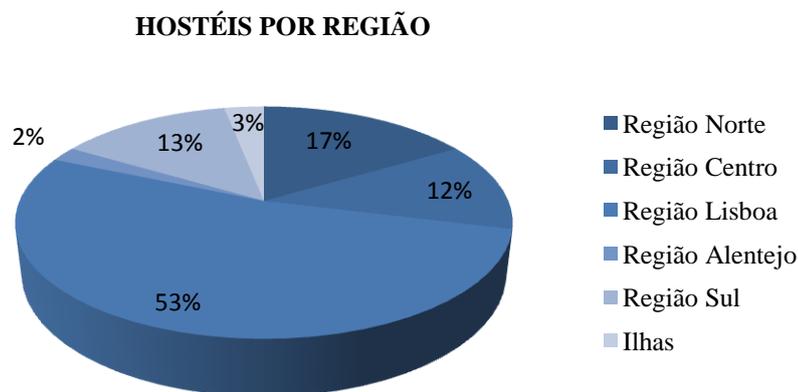


Fig.4 – *Hostels* portuguesas por região (em percentagem) (Fonte: Adaptado da informação contida no portal Hostelworld.com)

4.2. Análise do Preço Médio por pessoa nos *Hostels* em Portugal

O preço médio por pessoa e por noite em *Hostels* é considerado pela maioria dos entendidos em turismo *low-cost* como o principal factor de escolha de determinado alojamento (Kevin Hannan, “*Backpacker Tourism: Concepts and Profiles*”, Tourism and Cultural Change, 2008). O gráfico apresentado reflecte os aspectos mais importantes para os Backpackers quando escolhem um alojamento (Figura 5).

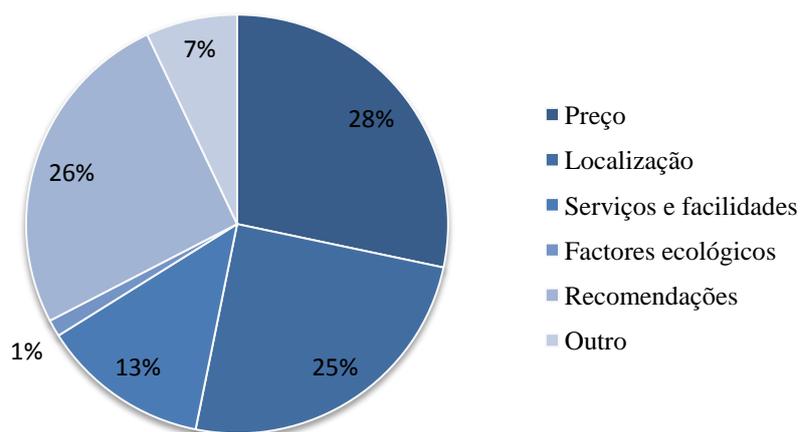


Fig.5 – Aspectos mais importantes na escolha de alojamento pelos *Backpackers* (Fonte: Kevin Hannan, “*Backpacker Tourism: Concepts and Profiles*”, Tourism and Cultural Change, 2008, p.71)

Considerando estas premissas, neste sub-capítulo pretendeu-se analisar o factor preço no contexto dos *Hostels* portugueses. Através de uma análise realizada em Janeiro de 2011, aos preços indicados no portal de reservas www.Hostelworld.com para cada tipo de quarto (nº de ocupantes, instalação sanitária no quarto ou no exterior e quartos femininos ou masculinos) tentaram obter-se algumas conclusões e comparações sobre os factores que influenciavam o factor preço médio por pessoa, noite e tipo de quarto.

A estratégia de preço médio da dormida, por pessoa e por noite, em *Hostels* em Portugal está relacionada com factores internos (metas financeiras, produtos e serviços, performance histórica e visão do cliente) e externos (condições de mercado, posicionamento do *Hostel* perante a concorrência, posicionamento de preço, concorrência, público alvo, plano estratégico a longo prazo e entrada de novos *Hostels*) (Gabriela Otto, “*A estratégia de preços na Hotelaria*”, Administradores.com.br - Portal da Administração, 8 de Dezembro de 2009).

Factores internos:

- Metas Financeiras: As metas financeiras de um *Hostel* devem ser utilizadas como um guia para consolidar a tese que a estratégia de preços vai atingir o resultado esperado pela marca ou proprietários deste tipo de alojamento;
- Produtos e Serviços: A mais-valia de qualquer *Hostel* passa pelo seu produto e serviços oferecidos e é este factor que mais influencia a estratégia de preço. Em relação ao tipo de quarto, existem quartos de 2 a 14 camas, com ou sem instalação sanitária e femininos, masculinos e mistos. O preço por cama é tanto mais barato quando mais utilizadores tiver o quarto colectivo. As facilidades que mais diferenciam um hostel podem ser fundamentalmente três: acesso gratuito á internet, serviço de pequeno-almoço incluído e facilidade de transportes no raio turístico do *Hostel*;
- Performance Histórica: É necessário que se analisem os valores e resultados obtidos em anos anteriores de forma a delinear a estratégia futura;

- Visão do cliente: O “valor” real do *Hostel* é determinado pela percepção do cliente. Esta análise é realizada nos *Hostels* através de opiniões e avaliações que os utilizadores depositam no portal de reservas Hostelworld.com. Estas avaliações são a base para a avaliação internacional dos *Hostels* (*Rating*) e como tal são fundamentais para a criação de uma imagem sólida de um qualquer alojamento deste tipo.

Factores externos:

- Condições de Mercado: É necessário averiguar constantemente a situação da oferta e demanda do mercado. Averigua-se as necessidades do segmento e estudam-se novos serviços ou produtos implementados pela concorrência;
- Posicionamento do *Hostel* perante a concorrência: O estudo do posicionamento do *Hostel* perante a concorrência torna-se fundamental para conhecer onde se enquadra determinado *Hostel* em comparação com os outros existentes nas proximidades. Analisar-se-á as características dos clientes que utilizam os serviços da concorrência através da interpretação das opiniões dos seus utilizadores através das opiniões publicadas no portal de reservas www.Hostelworld.com;
- Posicionamento de preço: Em geral, quando a concorrência baixa os seus preços, os gerentes dos *Hostels* seguem a tendência com receio de perderem clientes para a concorrência. É necessário em cada situação de variação tomar a decisão de querer ser “líder” na definição de preços ou um “seguidor”;
- Concorrência e entrada de novos *Hostels* no mercado: As tarifas da concorrência podem afectar a demanda do *Hostel* e a percepção de valor que o mercado tem sobre determinado produto ou serviço. Assim, é necessário contra-balançar e valorizar sempre os aspectos marcantes que distinguem determinado *Hostel* da concorrência. A existência de uma forte concorrência nos *Hostels* em Portugal, leva a uma cada vez maior competitividade nos preços em zonas de forte influência e procura. Salientamos os casos da zona da baixa Lisboa e Portuense;

- Público Alvo: O Público alvo (“*Target*”) dos *Hostels* é bastante sensível a preços e em consequência é fundamental fazer ajustes de preço pouco significativos de cada vez;
- Plano Estratégico de longo prazo: Os *Hostels* deverão seguir uma estratégia focada nos benefícios a longo prazo uma vez que, o facto de este ser um segmento económico sazonal, provoca bruscas oscilações nos ganhos a curto prazo.

Da análise efectuada, com base nos dados recolhidos do portal de reservas *www.Hostelworld.com*, apresenta-se de seguida (Figura 6) um gráfico que mostra os preços médios por pessoa, por noite e tipo que quarto nos *Hostels* em Portugal (dados de Janeiro de 2011).

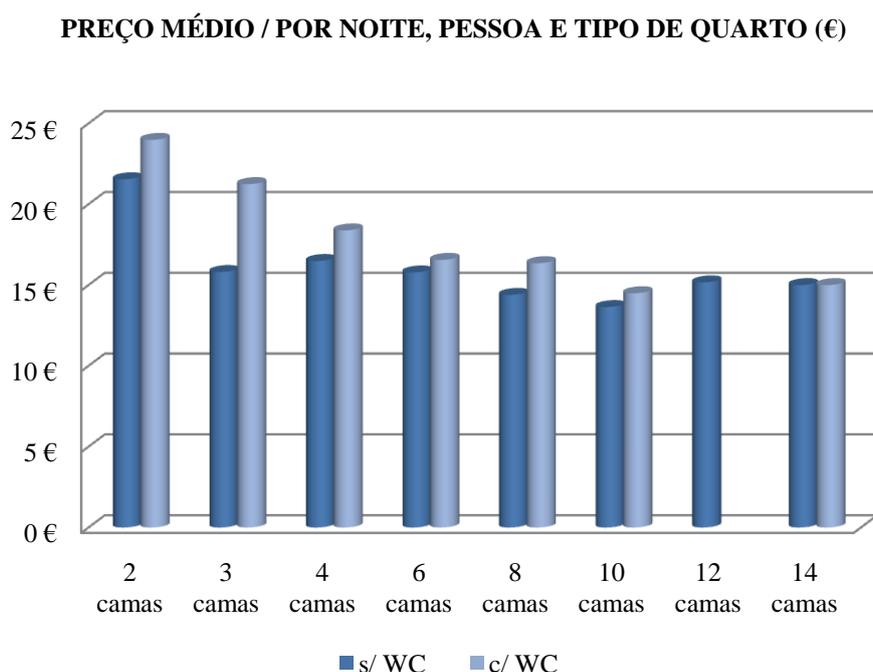


Fig.6 – Preço médio, por noite, pessoa e tipo de quarto nos *Hostels* em Portugal (Fonte: Adaptado da informação contida no portal *Hostelworld.com*)

Analisando os valores apresentados anteriormente (Figura 6), obtidos pela média ponderada dos preços aplicados pelos *Hostels* no portal *Hostelworld.com*, referentes a Janeiro de 2011, observa-se que o preço médio por pessoa e noite varia entre os 15€ e os

20€ para quartos sem instalação sanitária e entre os 15€ e os 24€ para quartos com instalação sanitária. Os valores mais baixos dizem respeito a quartos com maior número de ocupantes (10 a 14 ocupantes) e os valores mais elevados dizem respeito a quartos duplos com instalação sanitária incluída. Desta análise verifica-se ainda que, o tipo de quarto mais abundante nos *Hostels* em Portugal é o quarto colectivo de 4 a 8 camas e sem instalação sanitária. Alguns *Hostels* diferenciam quartos do tipo feminino, masculino ou misto, sendo o mais caro o feminino, com um acréscimo em média de 7 a 8 % sobre o preço do quarto misto idêntico (informação adaptada dos dados recolhidos do portal *Hostelworld.com*). De acordo com os valores observados, através da mesma fonte, constata-se que os valores mais baixos de estadia se verificam na região sul do país e os valores mais elevados na Região de Lisboa, o que se justifica pelo diferente grau de procura por parte dos turistas.

4.3. Análise dos valores de *Rating* (Classificação Internacional) dos *Hostels* em Portugal

Como foi referido no sub-capítulo anterior, um dos factores externos que interfere na definição da estratégia de preço de qualquer *Hostel* é o seu posicionamento em relação à concorrência. Neste contexto, no presente sub-capítulo procedeu-se à avaliação da qualidade dos *Hostels* em Portugal, por região, analisando e interpretando os valores de “*Rating*” publicados e promovidos pelo portal de reservas *Hostelworld.com* (avaliação realizada por clientes de *Hostels* através do referido portal de internet). Esta análise pretende avaliar a existência de discrepâncias de qualidade entre *Hostels* da mesma região e entre regiões distintas.

A classificação internacional (“*Rating*”) é obtida através da média ponderada das classificações individuais atribuídas por clientes a *Hostels* em que ficaram hospedados, através de comentários (“*review*”) inseridos na página de internet *Hostelworld.com*. Além de avaliarem determinado *Hostel* de uma forma global, existem ainda seis categorias particulares que são também avaliadas: carácter ou personalidade do *Hostel*, segurança, localização, staff, diversão e limpeza. Os resultados obtidos para a

classificação global dos *Hostels* por região, conseguidos através das votações atribuídas pelos clientes (www.hostelworld.com, Janeiro de 2011), resumem-se de seguida (Figura 7).

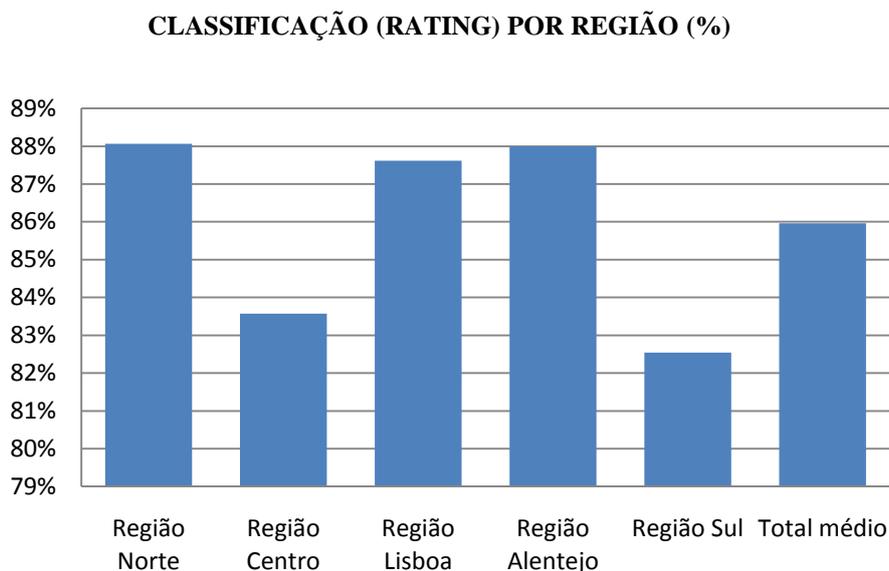


Fig.7 – Gráfico de *Classificação Geral de Hostels* em Portugal, por região (Fonte: Adaptado da informação contida no portal *Hostelworld.com*)

Através dos dados obtidos e resumidos no gráfico apresentado anteriormente, podemos concluir através das opiniões dos utilizadores do portal *Hostelworld.com* que os *Hostels* com melhor classificação em Portugal se localizam na Região Norte (88,1%), na Região do Alentejo (88%) e na Região de Lisboa (87,6%), respectivamente. A classificação da Região Sul fica bastante aquém dos resultados obtidos em todo o país (82,5%) e a classificação média nacional é de 85,96% (Janeiro de 2011). Estabelecendo uma comparação entre esta mesma classificação para os *Hostels* das duas cidades com maior número de alojamentos deste tipo, Lisboa e Porto (Tabela 1 – Anexo 1), concluímos ainda que (adaptado da informação contida no portal *Hostelworld.com* com dados relativos a Janeiro de 2011): (1) As classificações gerais dos *Hostels* em Lisboa variam entre os 72% (Lisbon Amazing Hostels – Sé/Alfama) e os 98% (Travellers House Hostel); (2) na cidade do Porto, as classificações gerais variam entre os 65% (Black and

White Porto Hostel) e os 98% (Dixo's Porto Hostel); (3) a pior classificação geral a nível nacional é de 63% (Coimbra Youth Hostel) e (4) a melhor classificação a nível nacional corresponde a 98% (Travellers House Hostel). Em relação às categorias particulares de classificação dos *Hostels* atribuídas pelo portal de reservas *Hostelworld.com* (carácter ou personalidade do *Hostel*, segurança, localização, staff, diversão e limpeza), procedeu-se à sua análise (Janeiro de 2011) por regiões. Os resultados obtidos para a classificação pormenorizada dos *Hostels* por região e categoria, resumem-se no quadro apresentado de seguida (Figura 8).

Região / Categoria	Caracter	Segurança	Localização	Staff	Diversão	Limpeza
Região Norte	90%	89%	88%	90%	84%	91%
Região Centro	83%	81%	85%	87%	79%	87%
Região Lisboa	88%	88%	91%	90%	82%	87%
Região Alentejo	93%	78%	84%	98%	88%	91%
Região Sul	79%	84%	83%	83%	75%	87%
Total médio	87%	84%	86%	90%	81%	88%

Fig.8 – Classificação pormenorizada dos *Hostels* em Portugal, por região e categoria
(Fonte: Adaptado da informação contida no portal *Hostelworld.com*)

Através da análise dos dados apresentados anteriormente (Figura 8) conclui-se que os *Hostels* da Região do Alentejo são considerados os melhores a nível de carácter e personalidade (93%), diversão (88%) e qualidade dos seus recursos humanos (98%). Os *Hostels* da Região Norte são considerados pelos clientes os que melhor limpeza (91%) e segurança (89%) têm. A Região de Lisboa é a que possui alojamentos com a melhor localização (91%) segundo os seus utilizadores (adaptado da informação contida no portal *Hostelworld.com* em Janeiro de 2011).

4.4. Legislação aplicável aos *Hostels* em Portugal

Este sub-capítulo pretende apresentar um enquadramento legal dos alojamentos do tipo *Hostel* em Portugal. No contexto burocrático deste tipo de empreendimento é

fundamental considerar as informações e orientações prestadas pelas seguintes entidades e instituições: (1) Câmara Municipal da Cidade onde se pretende abrir o Hostel, (2) Associação de Hostels de Portugal (AHP) e (3) Hostelling International (International Youth Hostel Federation – IYHF).

Até ao aparecimento da uma nova legislação em 2008, os *Hostels* não tinham qualquer tipo de enquadramento legal em Portugal. Apesar de já por essa altura alguns *Hostels* lisboetas serem considerados os melhores do mundo, não era possível até então licenciar este tipo de empreendimentos (“*Hostels* portugueses lutam por enquadramento legal”, Lusa, AO Online – Açoriano Oriental, 12 de Abril de 2008). Dadas as necessidades existentes, surge a 7 de Março de 2008, um novo regime legal (Decreto-Lei N° 39/2008) que contempla os alojamentos do tipo “*Hostel*” e os passa a inserir na categoria de “alojamento local”. A Portaria N° 517/2008 (25 de Junho) do mesmo Decreto-Lei, define os requisitos mínimos de segurança e higiene que deverão ser cumpridos e passa para as autarquias a obrigatoriedade de registar os *Hostels* e de proceder à sua vistoria (Ana Baptista e Elisabete Soares, “Novos hotéis *low-cost* reanimam centros de Lisboa e Porto”, Económico, www.economico.sapo.pt, 26 de Janeiro de 2011). De acordo com a presente legislação é considerado “alojamento local” (Artigo 2º do Portaria N° 517/2008 de 25 de Junho) «moradias, apartamentos e estabelecimentos de hospedagem que, dispendo de autorização de utilização, prestem serviços de alojamento temporário, mediante remuneração, mas não reúnam os requisitos para serem considerados empreendimentos turísticos».

O registo ou licenciamento de determinado *Hostel* pode ser obtido junto da Câmara Municipal da respectiva área, de uma forma simplificada em relação aos restantes tipo de empreendimentos turísticos (Decreto-Lei N° 39/2008 de 7 de Março) apresentando os seguintes documentos: (1) documento comprovativo da legitimidade do requerente; (2) termo de responsabilidade de um técnico habilitado em como as instalações eléctricas, de gás e termoacumuladores cumprem as normas legais em vigor; (3) plantas do imóvel; (4) caderneta predial urbana; e (5) em caso de o estabelecimento ter capacidade superior a 50 pessoas, deverá ser apresentado um projecto de segurança

contra riscos de incêndio e respectivo termo de responsabilidade do seu autor. Além dos requisitos gerais de licenciamento e segurança apresentados anteriormente, a presente legislação realça ainda alguns requisitos de higiene. É determinado que «os serviços de arrumação e limpeza da unidade de alojamento, bem como a mudança de toalhas e de roupa de cama, devem ter lugar, no mínimo, uma vez por semana e sempre que exista uma alteração de utente» (Artigo 6º, ponto 2, Portaria Nº 517/2008 de 25 de Junho). Como já foi referido anteriormente, é da responsabilidade das autarquias locais o licenciamento destes estabelecimentos e de eventuais vistorias. No entanto, é dado o direito às próprias autarquias de eventualmente, estabelecerem normas específicas a aplicar (Decreto-Lei Nº 39/2008 de 7 de Março). Da pesquisa realizada, a legislação de algumas autarquias no seu portal de internet (Aveiro, Porto, Lisboa, Coimbra, etc.), estas limitam-se a transcrever os requisitos determinados no Decreto-lei anteriormente mencionado.

A par das obrigações legais vigentes, interessa ter em conta algumas recomendações apresentadas pela Federação “International Youth Hostel Federation – IYHF” e as mais valias inerentes a tornar-se sócio da Associação de *Hostels* de Portugal (AHP). A IYHF estabeleceu metas em relação a determinadas preocupações ecológicas e meio-ambientais, baseadas em sete princípios (“*Fica a saber mais sobre o movimento Alberguista. Conhece a origem e história das Pousadas da Juventude em Portugal*”, Instituto Português da Juventude, Setembro, 2009, p.5):

- 1) **Conservação de Energia:** As associações nacionais controlam, periodicamente, os consumos de energia dos *Hostels* e a IYHF motiva os proprietários dos *Hostels* a utilizarem nos seu empreendimentos fontes renováveis de energia sempre que possível;
- 2) **Contaminação:** Em colaboração com as autoridades sanitárias nacionais e locais, a eliminação de resíduos deve ser eficaz do ponto de vista ecológico;
- 3) **Transporte:** Sempre que possível devem ser usados os transportes públicos em vez de particulares. Quando tal não é possível há que partilhar o carro particular. Cabe aos

Hostels, incentivar a exploração das regiões turísticas, utilizando os transportes públicos, a bicicleta ou andar a pé. Uma das estratégias a utilizar será a de os *Hostels* oferecerem estacionamento de longa duração a quem se desloca de carro;

4) **Reciclagem:** As associações comprometeram-se a usar produtos reciclados sempre que as circunstâncias económicas o permitam. A separação de desperdícios é incentivada como prática usual entre os utentes dos *Hostels*;

5) **Educação meio-ambiental:** Os *Hostels* devem ter um papel pedagógico, fornecendo informações sobre a fauna e a flora da região, sobre as regras que orientam o contacto entre o homem e o espaço natural;

6) **Natureza:** São apoiadas a criação de reservas naturais, parques nacionais e outras formas de defesa de habitats para animais ou plantas;

7) **Consumo:** Sempre que possível, deverá fazer-se uso de produtos reciclados, alimentos produzidos na região (o ideal seria o *Hostel* produzir parte do que consome), utilizar materiais de construção adequados às condições da região e fazer um uso mínimo de produtos químicos de limpeza.

Às recomendações da Federação “International Youth Hostel Federation – IYHF” a nível internacional, junta-se o apoio e informação disponibilizados pela Associação de *Hostels* de Portugal aos empreendedores do segmento. Esta associação surge no ano de 2008, presidida por Ricardo Castro, com o objectivo de defender os direitos dos seus membros e aumentar a qualidade e informação sobre os serviços (Lusa, “Lisboa tem os melhores *Hostels* do Mundo”, Diário de Noticias Online, 31 de Agosto de 2009). Qualquer novo empreendedor neste segmento de turismo pode procurar apoio nesta associação e ter acesso a toda a informação necessária (www.hostelsinportugal.com).

4.5. Diferenciação entre Pousadas da Juventude e Hostels em Portugal

O presente sub-capítulo procura compreender a diferença existente entre as Pousadas da Juventude e os *Hostels* em Portugal: quais as diferenças, os conceitos ou princípios comuns, o tipo de cliente e a sua evolução no mercado. Pretende-se entender se estes dois tipos de alojamento são conceptualmente autónomos ou se um teve origem noutra. Estarão os *Hostels* a substituir as Pousadas da Juventude? Com esta premissa, procedeu-se primeiramente à análise da capacidade de alojamento e número de hóspedes (entre 1999 e 2009) em Pousadas da Juventude, para averiguar a evolução deste mercado na última década. Os dados analisados foram obtidos através da pesquisa de dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) nomeadamente as Estatísticas Anuais do Turismo (Estatísticas do Turismo 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 e 2009, Instituto Nacional de Estatística). De acordo com os indicadores do Instituto Nacional de Estatística, o número de Pousadas da Juventude em Portugal tem vindo a crescer significativamente desde o ano de 2006 até à actualidade. Após décadas de estagnação no crescimento deste segmento hoteleiro de investimento público, existindo um máximo de 29 unidades em Portugal, o ano de 2006 marca uma viragem no desenvolvimento deste tipo de alojamento. No ano de 2009, regista-se já a existência de 48 unidades: um crescimento na ordem dos 39.5% em três anos. O gráfico seguinte mostra esta evolução (Figura 9).

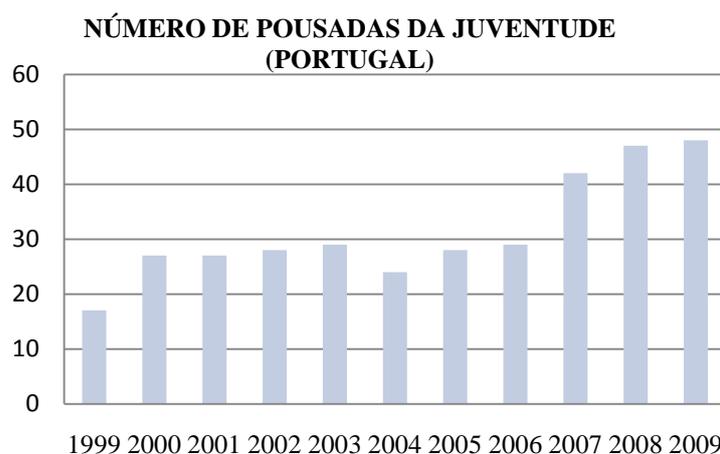


Fig.9 – Número de Pousadas da Juventude em Portugal – 1999 a 2009 (Fonte: Adaptado da informação contida nas Estatísticas do Turismo de 1999 a 2009, INE)

Através da mesma fonte (Estatísticas do Turismo de 1999 a 2009, Instituto Nacional de Estatística), foi possível organizar a informação referente à evolução do número de pousadas da juventude, por regiões (entre o ano de 1999 e 2009). O quadro seguinte mostra essa evolução (Figura 10).

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
PORTUGAL	17	27	27	28	29	24	28	29	42	47	48
Continente	15	26	27	26	27	22	26	27	40	42	42
Norte	3	7	7	8	7	4	8	8	14	14	14
Centro	4	7	7	6	8	7	9	10	14	16	16
Lisboa	5	6	6	6	4	6	5	5	5	5	5
Alentejo	0	3	3	2	3	1	1	1	3	3	3
Algarve	3	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4
Açores	2	1	0	2	2	2	2	2	2	2	2
Madeira	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	4

Fig.10 – Evolução do número de pousadas da juventude, por região (Fonte: Adaptado da informação contida nas Estatísticas do Turismo de 1999 a 2009, INE)

Analisando os dados do quadro apresentado anteriormente, verifica-se que a Região Norte e Centro do país foram responsáveis pelo crescimento brusco no sector, aquando da abertura de dez unidades num único ano (2007). Há ainda a referir a falta de crescimento das Pousadas de Juventude na Região de Lisboa ao longo da última década. A Madeira representa também um pólo de crescimento importante para o sector, representando um crescimento 8.5% no contexto nacional. A capacidade das Pousadas da Juventude em Portugal tem aumentado significativamente em todas as Regiões, excepto na Região de Lisboa em que a capacidade para além de ser bastante pequena (metade da Região Norte e Centro) foi reduzida em 8% entre 2008 e 2009. A capacidade de alojamento nacional é de 4 661 camas em 2009, repartidas por quartos (45,8%) e camaratas (54,2%). Relativamente a Julho de 2008, a oferta de camas aumentou 5,7% (adaptado da informação contida nas Estatísticas do Turismo de 1999 a 2009, INE). O número de hóspedes em Pousadas da Juventude tem evoluído significativamente acompanhando a evolução de crescimento da sua capacidade. Tal como acontece para os valores da capacidade, também o número de hospedes em

Pousadas da Juventude na Região de Lisboa não têm sofrido grandes alterações, chegando inclusivamente a uma redução significativa no último ano (2009). Genericamente e de acordo com os dados apresentados na tabela seguinte, verifica-se que no ano de 2009 as Pousadas de Juventude em Portugal, apresentaram resultados negativos para os principais indicadores: 304,2 mil hóspedes e 501,3 mil dormidas, movimento que, em comparação com 2008 se traduz em decréscimos de 7,3% e 12,8%, respectivamente.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
PORTUGAL	237129	248333	238900	234100	236610	284070	328073	304222
Continente	–	–	–	–	236610	284070	315426	290580
Norte	100857	102226	78300	95300	89800	117809	138699	110295
Centro	38318	47159	62800	57800	59204	67692	80387	84743
Lisboa	60836	54470	62400	51900	55615	57180	59968	52015
Alentejo	–	–	–	–	–	17081	14576	19270
Algarve	15190	25907	22000	16000	15222	17708	21796	24257
Açores	–	–	–	–	–	–	–	–
Madeira	–	–	–	–	–	–	–	–

Fig.11 – Número do hóspedes em Pousadas da Juventude, por região (Fonte: Adaptado da informação contida nas Estatísticas do Turismo de 1999 a 2009, INE)

Salienta-se ainda o facto de o tempo de estadia média em Pousadas da Juventude, ter vindo a diminuir regularmente desde 1999 até à actualidade. Verifica-se uma redução de 1,9 dias (1999) para 1,6 dias (2009) na média nacional, materializada numa redução global de 16% (adaptado da informação contida nas Estatísticas do Turismo de 1999 a 2009, INE).

As Pousadas da Juventude de Portugal Continental e Regiões Autónomas da Madeira e Açores pertencem à Rede Nacional de Turismo Juvenil (RNTJ) e são geridas pela Movijovem - Mobilidade Juvenil que é uma cooperativa de Interesse Público de Responsabilidade Limitada (“Normas de Utilização”, Portal da Juventude Online, www.juventude.gov.pt, Fevereiro de 2011). Daqui advém a grande diferença existente

entre os *Hostels* e as Pousadas da Juventude: os primeiros são de iniciativa privada e as outras de iniciativa pública. Ao analisar as regras de utilização das Pousadas da Juventude em Portugal (“Normas de Utilização”, Portal da Juventude Online, www.juventude.gov.pt, Fevereiro de 2011) facilmente se constata a sua semelhança com as regras instituídas num alojamento do tipo *Hostel*. A grande diferença reside no sistema de admissão, uma vez que para ser cliente de uma Pousada da Juventude é necessário apresentar ou o Cartão Jovem (European Youth Card, destinado a utentes entre os 12 e os 29 anos de idade) ou o Cartão de Alberguista Nacional (destinado a utentes a partir dos 12 anos e sem limite de idade). No entanto, qualquer possível cliente com idade inferior a 16 deverá ser acompanhado por um adulto (“Normas de Utilização”, Portal da Juventude Online, www.juventude.gov.pt, Fevereiro de 2011). Em relação aos *Hostels*, as suas regras de admissão são muito mais simples uma vez que não há qualquer tipo de impedimento e restrição no momento da reserva (portal de reservas www.Hostelworld.com). Além da oferta de todos os serviços gerais, as Pousadas da Juventude distinguem-se dos *Hostels* pela implementação de serviços de actividades lúdicas de acordo com a zona onde estão inseridas, nomeadamente: ciclismo, montanhismo, estudos etnográficos e ecológicos, mergulho, parapente ou vela.

Numa tentativa de estabelecer uma comparação entre o preço médio, por noite e tipo de quarto nas Pousadas da Juventude e nos *Hostels*, procedeu-se à análise dos valores do alojamento tabelados pela Movijovem para os seus empreendimentos turísticos (“Tabela de Preços 2011 – Pousadas da Juventude”, Movijovem, www.juventude.gov.pt, Fevereiro de 2011). Os preços por noite e por pessoa em quartos múltiplos varia entre os 10€ e os 15€ em Época Baixa, entre os 11€ e os 16€ em Época Média e entre 12€ e 18€ em Época Alta. Os quartos duplos, sem instalação sanitária, apresentam valores entre os 21€ e os 40€ e os quartos duplos, com instalação sanitária, variam entre os 25€ e os 45€. Existem em algumas Pousadas da Juventude, apartamentos com cozinha tipo “Kitchenette” com capacidade entre 4 a 6 pessoas, com preços que variam entre os 60€ e os 94€, por apartamentos e noite. Considerando os dados apresentados no sub-capítulo 4.2 em relação aos preços de dormida em *Hostels*, são notórias as poucas diferenças existentes no espectro de valores.

4.6. Cliente tipo dos *Hostels* em Portugal

Este sub-capítulo tem como objectivo fundamental caracterizar o cliente tipo dos *Hostels* em Portugal, apresentando para isso os principais resultados do estudo quantitativo decorrente da análise estatística da informação recolhida através da aplicação de um inquérito. Este inquérito foi realizado em *Hostels* de Lisboa e Coimbra (Yes Hostel Lisboa, Home Lisbon Hostel e Grande Hostel Coimbra) durante um período acordado com os directores dos referidos *Hostels* (durante o mês de Julho de 2010). De forma a obter informação mais precisa por parte dos clientes dos *Hostels*, foi dada a indicação de que os hóspedes deveriam responder ao questionário apenas após a realização do *check-out*.

O inquérito foi ainda construído e estruturado de forma a permitir a avaliação de questões decisivas no âmbito da caracterização do cliente tipo dos *Hostels* Portugueses, sendo este compreendido por duas secções distintas: a primeira secção abrange questões de índole mais geral, que permitem traçar o perfil sócio-demográfico do cliente e a segunda secção procura avaliar quais os atributos e aspectos que são tidos em conta na escolha de determinado *Hostel*. Uma vez terminado o processo de recolha de dados, constatou-se a existência de noventa e três (93) questionários considerados válidos.

4.6.1. Caracterização Sócio-Demográfica da Amostra

A amostra final inclui 93 respondentes, ainda que exista uma percentagem de respostas omissas pergunta a pergunta. No entanto, para efeitos de análise estatística descritiva foram consideradas apenas as respostas válidas.

Pensando no conceito dos *Hostels* como um movimento turístico juvenil, parece natural considerar a predominância de clientes com idades maioritariamente inferiores aos trinta anos, estudantes e de nacionalidade europeia. Os resultados apurados para as várias questões, confirmam esta suposição. A amostra é constituída por uma maioria de respondentes do sexo feminino (63%) e por 37% do sexo masculino. A maioria dos

inquiridos (98%) é de nacionalidade estrangeira, sobretudo Norte-americana (16%), Australiana (13%) e Brasileira (13%).

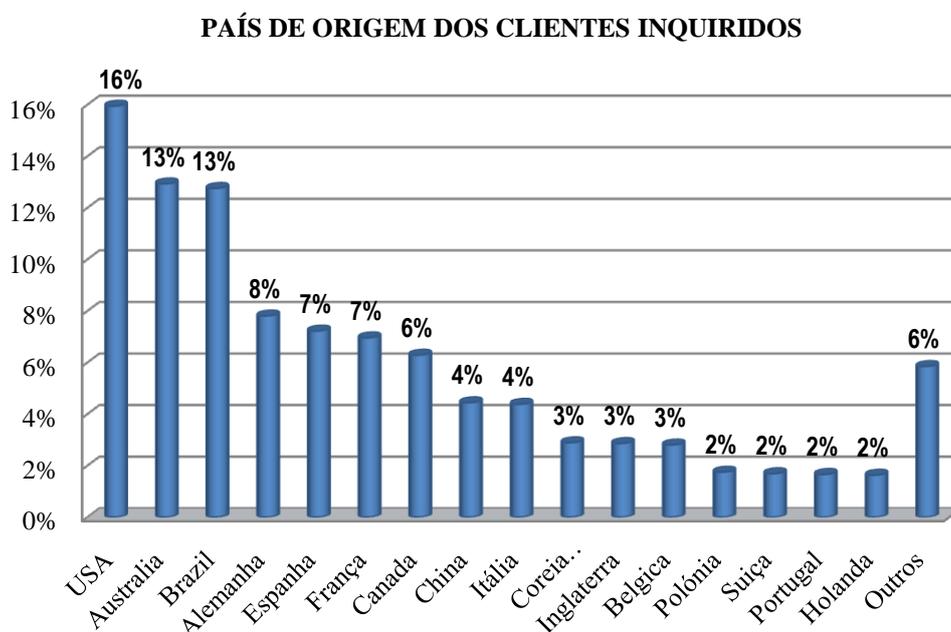


Fig. 12 – País de Origem dos Clientes Inquiridos (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de *Hostels*, Julho de 2010)

Tal como referido anteriormente, a amostra obtida retrata uma população de faixa etária baixa, uma vez que 37% dos inquiridos tem uma idade inferior a 23 anos e só 5% tem mais de 40 anos (Figura 13).

Faixa Etária (Clientes Inquiridos)	
Até aos 23 anos	37%
Entre os 24 e os 30 anos	55%
Entre os 31 e os 40 anos	3%
Mais de 40 anos	5%

Fig. 13 – Faixa Etária dos Inquiridos (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de *Hostels*, Julho de 2010)

A maioria dos inquiridos são solteiros (87%) sendo que 8% são casados e apenas 5% são divorciados. Em relação ao âmbito profissional, os clientes dos *Hostels* são na sua grande maioria estudantes (61%), 18% têm uma profissão não contemplada no questionário e cerca de 8% são gestores. Cerca de 3% dos respondentes são engenheiros, advogados, professores, designers ou médicos. Pode concluir-se também pelos dados analisados, que cerca de 83% dos inquiridos estão ou já frequentaram o ensino superior. Assim, admite-se que o nível cultural destes clientes assume um padrão bastante elevado (Figura 14).

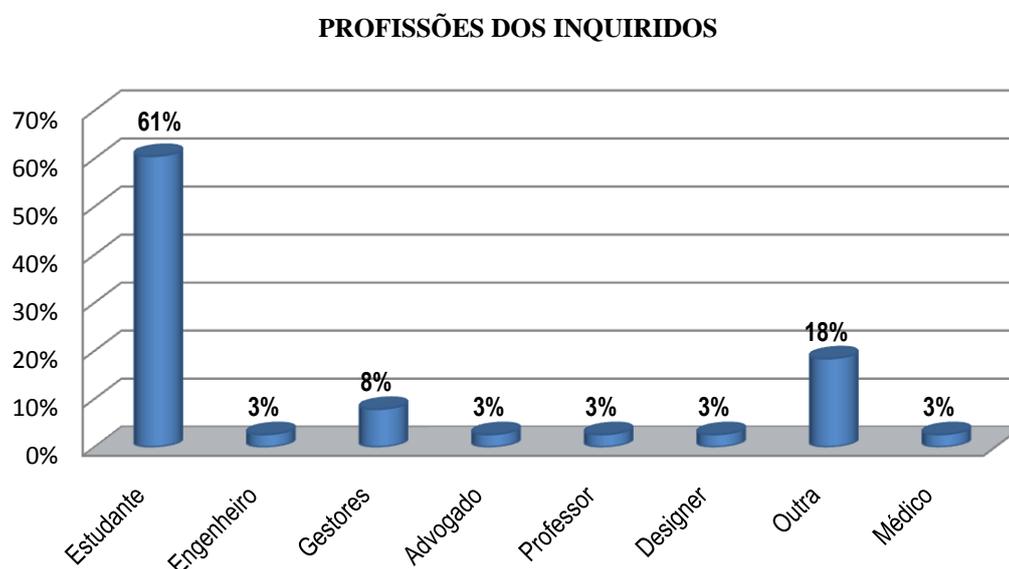


Fig. 14 – Profissão dos Clientes Inquiridos (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de *Hostels*, Julho de 2010)

O principal motivo da viagem e consequente estadia em *Hostels* em Portugal é, em 71% dos casos o turismo, 5% por motivos e trabalho e 19% por razões inerentes a estudos académicos (Programa ERASMUS). A duração média das estadias para estes tipos de viagem é na generalidade ou de apenas uma noite ou até cinco noites consecutivas (ambas com 34%); 16% dos inquiridos ficam alojados por duas noites e outros 16% prolongam a sua estadia por mais de 5 dias. É ainda de salientar a pequena percentagem de inquiridos que utiliza a estadia em *Hostels* portuguesas para viagens de negócios ou

trabalho. Confirma-se a predominância da ideia e conceito dos *Hostels* como alojamentos associados a lazer, recreio ou diversão. Outra das questões colocadas aos clientes de *Hostels* demonstra que a grande maioria já ficou hospedada em alojamentos deste tipo outras vezes (79% dos inquiridos) e 58% conta ficar sempre alojado em *Hostels* durante a sua estada em Portugal. Durante a viagem que estavam a realizar no momento da realização do presente inquérito, 61% dos inquiridos já tinha visitado ou ia visitar outro países. Ou seja, Portugal não era o único destino a que se propunham. A maioria justifica este facto por ter viajado desde outro continente e pretender aproveitar para conhecer vários países da Europa de uma só vez.

4.6.2. Factores e Fontes de Informação condicionantes na escolha prévia de um determinado *Hostel*

Quando questionados sobre os factores que mais influenciam a escolha prévia de determinado alojamento do tipo *Hostel*, observa-se que os respondentes são particularmente sensíveis ao factor preço (30%). A localização do alojamento face a transportes públicos e locais de diversão nocturna, é o segundo factor (27%) em consideração por parte dos clientes na selecção do *Hostel*. Como terceiro factor de escolha, diferenciam a facilidade de reserva (10%) e a classificação global dos *Hostels* no portal de reservas www.Hostelworld.com (10%) (Figura 15).

Em relação aos meios de informação escolhidos por parte dos respondentes para a escolha prévia de *Hostels* em Portugal, 39% dos inquiridos considera que a Internet é a melhor ferramenta de procura e escolha de *Hostels* e cerca de 13% dos inquiridos tem em consideração as opiniões/indicações de outros clientes. Os mapas de localização dos *Hostels* e guias de viagens são outros dos instrumentos de procura utilizados (ambos 16%) (Figura 16). As reservas de camas são na sua maioria (cerca de 76%) feitas online através da página *web* do próprio *Hostel* ou através de páginas *web* internacionais que se dedicam exclusivamente á comercialização de dormidas neste tipo de alojamento turístico (www.Hostelworld.com, www.hostels.com, www.hostelbookers.com, etc.). Existem ainda 17% de reservas que correspondem a *walk-ins*, referentes a reservas

feitas no momento do *check-in*, que correspondem aos turistas que procuram alojamento no próprio dia e que o fazem pessoalmente.

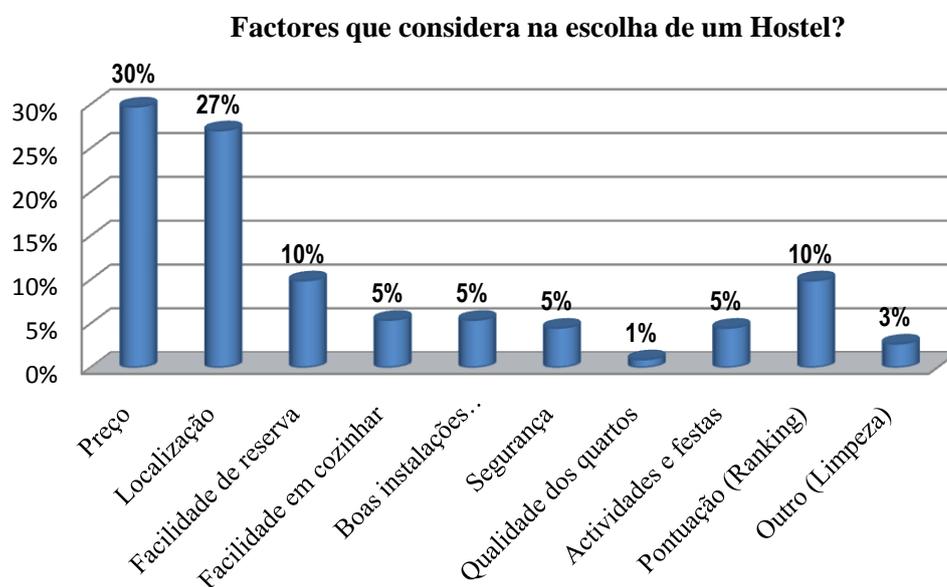


Fig. 15 – Factores que condicionam a escolha de um determinado *Hostel* (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de *Hostels*, Julho de 2010)

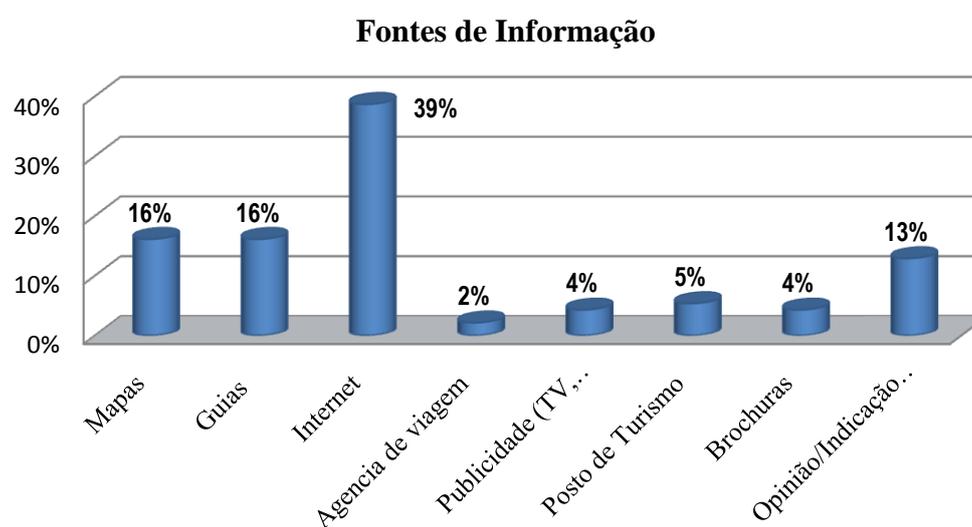


Fig. 16 – Fontes de Informação para escolha de determinado *Hostel* (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de *Hostels*, Julho de 2010)

4.7. Proprietário tipo dos *Hostels* em Portugal

Com o intuito de estabelecer um perfil que caracterizasse os proprietários tipo dos *Hostels* em Portugal, procedeu-se à realização de entrevistas individuais a donos de *Hostels*, de acordo com um guião apresentado em anexo (Anexo 3). As entrevistas foram realizadas a três indivíduos do sexo masculino, de nacionalidade portuguesa com a duração de aproximadamente 50 minutos cada e em *Hostels* localizados em Lisboa e Coimbra (Yes Hostel Lisboa, Home Lisbon Hostel e Grande Hostel Coimbra). Os entrevistados, com idades compreendidas entre os 28 e os 33 anos, pertencem a empresas diferentes e possuem profissões diversas com o objectivo de se obter uma visão mais completa dos standards deste tipo de segmento. Os indivíduos entrevistados dedicam-se a esta actividade à cerca de 2 a 4 anos e para além de proprietários, encontram-se em cargos de gestão dos seus *Hostels*. Todos os entrevistados têm formação superior universitária, diferindo entre as áreas de Gestão, Marketing e Relações Internacionais.

A pesquisa visou a obtenção de informações que permitam a identificação das principais características dos proprietários dos *Hostels* e algumas informações à cerca das qualidades e dificuldades deste tipo de negócio. O guião das entrevistas foi elaborado de acordo com as informações da revisão bibliográfica em conjunto com a análise dos resultados obtidos no Capítulo 3 da presente tese, relativo á caracterização do mercado dos *Hostels* em Portugal. Das entrevistas realizadas concluíram-se os seguintes pontos:

- Os *Hostels* cujos proprietários foram inquiridos têm de dois a três sócios de nacionalidade portuguesa e com formação académica de grau superior. A gestão do *Hostel* é em todos os casos o único trabalho e meio de subsistência dos seus proprietários;
- As taxas de ocupação mensais médias dos *Hostels* respondentes é de 87% em época alta e 45% em época baixa;

- O número médio de camas dos *Hostels* inquiridos é de cerca de 72 camas, tendo o maior cerca de 105 camas, sendo já considerado pela Associação Portuguesa de *Hostels* (APH) um alojamento de grande capacidade;
- De acordo com os seus registos e opinião dos seus proprietários, os clientes dos *Hostels* inquiridos são maioritariamente Americanos, Brasileiros, Australianos, Espanhóis e Italianos com estudos de nível superior ou estudantes do ensino superior;
- Em termos de publicidade, definem como principal trunfo a permanência em portais de reserva internacionais de *Hostels* e alguma publicidade em Associações de Estudantes de Universidades Estrangeiras e guias internacionais de turismo para jovens;
- Na sua opinião há factores de qualidade e serviços que consideram fundamentais: limpeza, serviço de internet e pequeno-almoço gratuitos, entretenimento nas áreas comuns do *Hostel* (festas e jantares temáticos), serviço informativo de qualidade na recepção do *Hostel*;
- Em cada um dos três casos, a abertura do *Hostel* em Portugal deveu-se à importação de ideias que trouxeram de anteriores viagens que fizeram a outros países nos quais utilizaram este tipo de alojamento;
- Os *Hostels* inquiridos empregam em média 5 pessoas, das quais duas a tempo completo e três a tempo parcial.

V. CONCLUSÕES

O presente trabalho teve como principais objectivos (1) definir o conceito de *Hostel* e enquadrá-lo num contexto histórico; (2) compreender os aspectos intrínsecos e a legislação vigente aplicável aos *Hostels* em Portugal; (3) compreender o fenómeno de crescimento do mercado dos *Hostels* no segmento hoteleiro «*low-cost*» em Portugal; (4) caracterizar o perfil dos clientes tipo e do empresário tipo dos *Hostels* em Portugal. Foi estruturado de modo a compreenderem-se duas partes distintas mas convergentes entre si, a parte de compreensão do conceito e a parte de caracterização deste segmento no mercado português.

Na parte de compreensão do conceito sistematizou-se a revisão bibliográfica mais relevante e contextualizou-se a evolução histórica da temática. Através da informação obtida nesta primeira fase, foi possível compreender alguns factos relacionados com a definição, origem e evolução dos *Hostels*. Concluiu-se que os *Hostels* são alojamentos turísticos que, apesar de terem tido origem na Alemanha cerca de nove décadas antes, surgiram em Portugal (no ano de 2005) com uma nova vertente criativa e renovada, que permitiu colocá-los rapidamente como exemplos a nível mundial. A evolução e crescimento dos *Hostels* em Portugal foi bastante rápida (entre 2005 e 2010, abriram 97 novos *Hostels*), assim como a sua fama e reputação espelhada na classificação geral reconhecida internacionalmente (www.Hostelworld.com). Os sucessivos primeiros lugares, tornam o mercado cada vez mais exigente e competitivo.

A caracterização do segmento Turístico dos *Hostels* em Portugal foi desenvolvida através da análise de informação estatística e relatórios anuais do turismo do Instituto Nacional de Estatística (INE) e permitiu tirar conclusões à cerca dos aspectos fundamentais de um tipo de alojamento que pelo seu grau de novidade, não permite ainda a existência de artigos e documentos informativos. Os *Hostels* em Portugal localizam-se fundamentalmente nos grandes centros urbanos e nos principais locais de interesse histórico. Além disso, é ao longo da zona costeira que se localizam o maior

número de *Hostels* estando o interior do país quase desprovido deste tipo de alojamentos. Distingue-se o Old Evora Hostel (Évora) como o único *Hostel* localizado no interior do território. Conclui-se ainda que existe uma estreita relação entre a localização dos *Hostels* e as acessibilidades através da utilização de transportes públicos (proximidade ao aeroporto, trajectos de comboio e rede de autocarros).

Analisados os preços médios dos *Hostel* em Portugal, conclui-se que os valores não se alteram de acordo com a região do país onde se localizam. Variam de acordo com a popularidade do *Hostel* segundo a classificação internacional (*rating*), tipo de quarto pretendido e qualidade da localização relativa. Os valores médios variam significativamente nos quartos de 2 a 4 ocupantes mas apresentam pouca variação em quartos com capacidade superior ou igual a 5 ocupantes. Em relação aos parâmetros que determinam a classificação dos *Hostels* internacionalmente, Portugal assume maior destaque nas categorias de carácter/personalidade, limpeza e qualidade dos recursos humanos dos *Hostels*. A recente (Março de 2008) legislação aplicável aos *Hostels* em Portugal, apesar de vir colmatar uma lacuna legal existente (uma vez que não existia qualquer enquadramento legal para *Hostels* até então), torna o processo de abertura deste tipo de alojamento extremamente simples comparada com o enquadramento legal exigido para a abertura de um empreendimento do tipo Hotel. Existe uma discrepância de exigências que torna o *Hostel* um negócio apetecível a muitos jovens devido ao seu baixo investimento e burocratização. No entanto, esta mais valia torna-se uma mais valia para os centros históricos das cidades, uma vez que esta é actualmente uma forma de promover a reabilitação e requalificação dos edifícios nestas zonas. Muitos *Hostels* localizados nos centros históricos do Porto e Lisboa, são edifícios centenários que se encontravam abandonados e que ganharam vida com estes novos projectos de empreendedorismo. Com uma legislação, aparentemente acessível, mercado garantido, o investimento nestes estabelecimentos parece ser uma aposta, à partida, ganha para jovens investidores.

Da informação recolhida através de inquéritos realizados a clientes de vários *Hostels*, conclui-se que o hóspede deste tipo de alojamento é maioritariamente jovem apesar de

5% dos clientes ter idade superior a 40 anos. Em geral, possuem formação superior e viajam na grande maioria das vezes por razões de turismo e estudos. Apenas 5% dos clientes de *Hostels* viaja por motivos laborais. O tipo de informação mais utilizado pelos referidos hóspedes para efectuar a escolha de determinado *Hostel* é a Internet e os factores que mais influenciam a sua escolha são o preço médio por noite e a localização.

Após se ter realizado uma entrevista a diferentes proprietários de *Hostels* e considerando a informação recolhida na revisão bibliográfica sobre a origem destes alojamentos em Portugal, conclui-se que são jovens empreendedores com formação superior em diversas áreas que, trazendo ideais vanguardistas das suas próprias viagens internacionais, apostam neste segmento turístico.

Para tornar possível a generalização dos resultados obtidos neste estudo seria interessante a condução de outras pesquisas que procurassem estender os inquéritos a uma maior população, tornando maior a amostra, numa tentativa de apurar melhor os resultados e diminuir a margem de erro. Quanto às entrevistas a donos de *Hostels*, seria também interessante fazer chegá-los a mais proprietários a nível nacional, de forma a reforçar as conclusões retiradas na presente investigação. Sugere-se ainda, a realização deste tipo de entrevistas por parte da Associação Nacional de *Hostels* (ANH) para que esta pudesse naturalmente começar a ter dados concretos sobre este tipo de alojamentos. Em suma, entende-se que de acordo com o que foi afirmado, ainda há necessidade de aprofundar o conhecimento sobre o cliente e proprietário tipo dos *Hostels* em Portugal.

Deste modo, esperamos que este trabalho constitua um contributo para o início dos estudos nesta área de conhecimento e que possa ter aberto novos caminhos de exploração para futuros trabalhos nesta temática.

VI. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Costa, Rodrigues (2008), *Introdução à Gestão Hoteleira*, Lidel

Dubin, Elisabeth (2003), *Preservation for the people: Seventy years of American Youth Hostels*, Master of Science, Universidade da Pensilvânia.

Fiorentino, Alessandro (1995), *Hotéis de baixo custo: não são apenas alojamentos de segunda qualidade*, *Tourism Management*, Vol.16, N.6

Firmino, Manuel Brazinha (2007), *Turismo: Organização e Gestão*, Escolar Editora

Forney, Jim (2006), *Hostels: Not just for Backpackers Anymore*, Big World Magazine, http://www.gonomad.com/lodgings/0103/hosteling_guide.html

Gaggi, Massimo Gaggi e Narduzzi, Edoardo (2011), *Low-Cost: O fim da classe média*, Teorema – Leya

Hannam, Kevin e Ateljevic, Irena (2008), *Backpacker Tourism: Concepts and Profiles*, *Tourism and Cultural Change*, Channel View Publications

Henriques, Jaime Domingues (2006), *Projecto – Hotel Low-cost*, Escola profissional e Profissional da Zona do Pinhal

Hochstadt, Marcus (2005), The Truth about Youth Hostels, <http://www.theallineed.com/travel/05041201.htm>

Lopes, Ernâni Rodrigues (Fevereiro 2010), *A constelação do Turismo na Economia Portuguesa*, Portugal desafios nos Alvores do Século XXI, Anexo do Jornal Sol

Movijovem (2010), *Fica a saber mais sobre o movimento Alberguista. Conheça a origem e história das Pousadas da Juventude*, Secretaria Movijovem

Nash, R., Thyne, M., e Davies, S. (2006), *An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: a case study of backpacker's tourists and the Scottish Hostels Association*, *Tourism Management*, Vol. 27, 525-532.

Otto, Gabriela (8 de Dezembro de 2009), *A estratégia de preços na hotelaria*, <http://www.administradores.com.br/>

Parode, Nancy (2011), *Pros and Cons of Youth Hostels*, More about Staying in Youth Hostels, http://seniortravel.about.com/od/accommodations/a/YouthHostels101_2.htm

Portaria nº 517/2008 de 25 de Junho, Presidência do Conselho de Ministros e Ministério da Economia e da Inovação, Diário da República, 1ª Série – Nº121

Richards, Grey (2005), *ISTC/UNWTO Survey on Student and Youth Tourism among National Tourism Administrations / Organizations*, *Tourism Market Trends*, 2005 Edition - World Overview and Tourism Topics, 95-123.

Richards & Wilson (2004), *Student and Youth Travel: A Bibliography of Research and Publications*, International Student Travel Confederation (ISTC) e Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS).

Smart Travel Germany (2005), *Youth Hostels Origin – The Truth about Germany Hostels*, <http://www.smart-travel-germany.com/youth-hostels.html>

Tabaqueiro da Silva, Pedro Miguel Bastos (2008), *Segmentação do Mercado Turístico - O Perfil do passageiro low-cost*, Universidade Fernando Pessoa

Timothy, Dallen e Teye, Victor 2009), *Tourism and the lodging sector*, Butterworth-Heinemann, Cap. 13, p.213

Valls, Josep-Francesc (2005), *Impacto del low cost en los precios hoteleros españoles*, Departamento Dirección Marketing y Centro Dirección Turística, ESADE.

WYSE Travel Confederation (Fevereiro 2009), *Youth Travel Industry Monitor*.

WYSE Travel Confederation (Maio 2010), *Youth Travel Industry Monitor 2009 Summary Report*.

WYSE – World Youth Student Educational Travel Confederation (2008), *Youth Travel Matters: Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel*, World Tourism Organization

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1: Lista Resumo de *Hostels* (Fonte: Informação adaptada do portal de reservas *Hostelworld.com*)

ANEXO 2: Inquérito a clientes de *Hostels* (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de *Hostels*, Julho de 2010)

ANEXO 3: Inquérito a donos de *Hostels* (Fonte: Inquéritos realizados a clientes de *Hostels*, Julho de 2010)

ANEXO 1:

Lista Resumo de *Hostels* (Fonte: Adaptado do portal de reservas *Hostelworld.com*)

LISTA RESUMO DE HOSTELS (PORTUGAL)								
Nº	HOSTEL	MORADA	CIDADE	REGIÃO	CAP.	PREÇO MED.	RATING	INICIO
1	Amazigh Aljezur	Rua da Ladeira, Nº 5, 8670-065	Aljezur	Sul	–	14	93%	Ag.09
2	Arrifana Youth Hostel	Urb. Arrifana, Praia da Arrifana			–	20	75%	–
3	Almogrove Youth Hostel	Rua do Chafariz	Almogrove		–	12	83%	–
4	Faro Youth Hostel	Rua da PSP, Edificio do IPJ, 8000-408	Faro		60	15	66%	–
5	Rising Cock - Hostel & Apartments	Travessa do Forno, Nº14, 8600-631	Lagos		–	25	88%	–
6	Lagos Youth Hostel	Rua Lançarote de Freitas, Nº50			64	19	77%	–
7	Gold Coast	Rua Gil Vicente, Nº48, 8600			–	16	90%	–
8	Shangri - Lagos	Travessa Gil Vicente, 15, 8600			–	12	–	–
9	Sunny Coast	Rua Professor Luis Azevedo , 36, 8600			–	12	90%	–
10	Portimao Youth Hostel	Lugar do Coca Maravilhas, 8500-426	Portimão		180	14	68%	–
11	Agolada Country Hostel	Herdade da Agolada de Cima, EN-114	Coruche		–	19	–	–
12	GoodFeeling	Sitio Eiras de Cima, Raposeira	Sagres		–	15	91%	–
13	Tavira Youth Hostel	Rua Miguel Bombarda, 36	Tavira		–	14	87%	–
14	Pousada de Angra do Heroísmo	Negrito, S. Mateus	Angra Her.	Ilhas	–	12	–	–
15	Pousada do Pico	Convento de S. Pedro Alcantara, Rua João Bento Lima	S.Roq. Pico		–	24	–	–
16	Pousada P. Delgada	Rua São Francisco Xavier, S/N	P. Delgada		–	17	–	–
17	Old Evora	Rua Serpa Pinto, Trav. do Barão, nº4A	Évora	Alentejo	–	15	90%	–
18	Alentejo Surf Hostel	Milfontes, Zambujeira Mar, 7645	V.N.Fontes		–	21	86%	–
19	Grande Hostel de Coimbra	Rua Antero de Quental, Nº 196	Coimbra	Centro	–	14	80%	–
20	Coimbra Youth Hostel	Rua Doutor Henriques Seco, Nº 14			–	11	63%	–
21	Sofia Chill House	Rua da Sofia, Nº 56, 1º andar			–	18	76%	–
22	Aveiro Rossio Hostel	Rua Joao Afonso de Aveiro, Nº 1	Aveiro		–	21	96%	–
23	Aveiro MiniBag	Cais dos Santos Martires			–	21	93%	–
24	Paintshop Hostel	Casa do Penedo, Airaes, 4650-067	Fig. Foz		–	21	92%	–
25	Figueira Surf Camp	R. Cabeço do Vale dos Poços, 22	Peniche		–	26	–	–
26	Peniche Hostel	Rua Arquitecto Paulino Montês, Nº6			–	21	85%	–
27	BSurf Hostel	R. Joaquim Barardo, Nº49D, Casais do Baleal			–	27	–	–
28	Surf House Hostel	Rua Amigos do Baleal, Nº2			–	15	–	–
29	Captain's Log House	Av. Do Mar, Nº142, Casais do Baleal			–	23	–	–
30	Pete's Place	R. Venancio Moreira Marques	V.N. Ceira		–	20	–	–

31	Rituals Backpackers Cascais Beach Hostel	Rua da Vista alegre, Nº10, 2750-517	Cascais	Lisboa	-	19	83%	Mr.07
32	Guincho Surf Beachhostel	R. Passo Mau, 33, Charneca do Guincho			-	16	73%	Ab.08
33	Lisbon Surf Camp	Alto de Murches, R. Principal, Casa J, Alcabi			-	21	92%	-
34	Cruz da Baleia Hostel	Estrada Nacional 247, Nº40A, 2655-010 Ericeira	Ericeira		-	28	-	-
35	BlueBuddha Hostel	Urb. Moinhos do Mar, casa 1, 2655 Ericeira			-	21	82%	-
36	BlueBuddha New Hostel	Rua Florencio Granate, Nº19, 2655 Ericeira			-	21	93%	-
37	Ericeira Surf Hostel	Rua Vale da Carrasqueira, Ericeira			-	19	-	-
38	Nice Way Sintra Hostel	Avenida Dr. Desidério Cambournac, Nº9, Sintra	Sintra		-	20	85%	-
39	2 Squared Hostel	Rua Joao de Deus, Nº70, 2710- 579 Sintra			-	19	68%	-
40	Youth Hostel S. Ant. da Caparica	R. Bernardo Santareno, 3, S. Ant. da Caparica	Caparica		-	19	100%	-
41	Unreal Hostel	Rua Pedro Nunes, 10, Lisboa	Lisboa		130	14	81%	-
42	Lisbon Youth Hostel	Rua de Moscavide, Nº 47 - 101, 1998-011 Lisboa	Lisboa		174	15	74%	-
43	Lisbon Lounge Hostel	Rua de Sao Nicolau, Nº 41, 1200-427 Lisboa	Lisboa		-	18	96%	Ab.05
44	Home Hostel	Rua de Sao Nicolau, Nº 13, 2E, 1100-547 Lisboa	Lisboa		-	11	93%	-
45	Black and White Lisbon Hostel	R. Alexandre Herculano, Nº 39, 1ªEsq., 1250 Lisboa	Lisboa		-	17	83%	Jn.07
46	Alfama Patio Hostel	Escolas Gerais,3, Pátio dos Quintalinhos, 1100 Lisboa	Lisboa		-	19	96%	-
47	Alface Hostel	Rua do Norte, Nº 98, 1ªEsq., Lisboa	Lisboa		-	15	82%	-
48	Rossio Hostel	Calçada do Carmo, Nº 6, 2ª Dir., 1200-091 Lisboa	Lisboa		-	20	95%	-
49	Oasis Backpackers Mansion Hostel	Rua de Santa Catarina, Nº 24, 1200-402 Lisboa	Lisboa		-	19	89%	-
50	Living Lounge Hostel	Rua de Crucifixo, Nº 116, 2ª, 1100 Lisboa	Lisboa		-	20	96%	Jl.08
51	Bairro Alto Travellers Hostel	Rua da Rosa, Nº 295, 1200-385 Lisboa	Lisboa		-	18	85%	-
52	Yes! Lisbon Hostel	Rua de Sao Juliao, Nº 148, 1100-527 Lisboa	Lisboa		105	15	97%	Jl.09
53	Lisbon Old Town Hostel	Rua do Ataide, Nº 26A, 1200-035 Lisboa	Lisboa		-	13	95%	Nv.07
54	Goodnight Hostel	Rua dos Correios, Nº 113, 2ªandar, 1100 Lisboa	Lisboa		-	15	93%	-
55	Lisbon Chillout Hostel	R. Nogueira e Sousa, Nº 8, 1ª, 1150-237 Lisboa	Lisboa		-	19	87%	-
56	Lisboa Central Hostel	Rua Rodrigues Sampaio, Nº 160, 2810-206 Lisboa	Lisboa		-	21	96%	-
57	Travellers House	Rua Augusta, Nº 89, 1ª, 1100-048 Lisboa	Lisboa		-	22	98%	-
58	Lisbon Amazing - Bairro Alto	Rua do Norte, Nº 83, 1050 Lisboa	Lisboa		-	18	81%	Ab.09
59	Shiado Hostel	Rua Anchieta, 5 -3, 1050 Lisboa	Lisboa		-	18	92%	Mr.09
60	Lisbon Poets Hostel	Rua Nova da Trindade, 2, 5ª, 1050 Lisboa	Lisboa		-	18	94%	-
61	Jardim de Santos Hostel	Largo Vitorino Damásio, 4, 2ª, 1050 Lisboa	Lisboa		-	19	94%	-
62	Kitsch Hostel	Praça dos Restauradores, 65, 2ªEsq., 1050 Lisboa	Lisboa		-	16	87%	-
63	Lisb'on Hostel	Rua do Ataide,7A, 1050 Lisboa	Lisboa		-	23	100%	-

64	Royal Lisbon Hostel	Praça Luis de Camões,22, 3ºD, 1050	Lisboa		-	20	83%	-	
65	This is Lisbon Hostel	Escadinhas Marques de Pte de Lima,1	Lisboa		-	19	94%	-	
66	Danubio Hostel	Rua de Salitre,49, R/C, 1050 Lisboa	Lisboa		-	34	-	-	
67	Parque das Nações Youth Hostel	Parque das Nações, 1050 Lisboa	Lisboa		-	15	73%	-	
68	Equity Point Hostel	Travessa do Fala Só, 9, 1050 Lisboa	Lisboa		-	17	93%	-	
69	Next Hostel	Avenida Almirante Reis, 4, 5ª Dto.	Lisboa		-	11	63%	-	
70	Albergo Odisseo	Travessa Larga 1, 3ºEsq, 1050 Lisboa	Lisboa		-	19	92%	-	
71	Beira Mar Hostel	Largo Terreiro do Trigo, 16, 2º, 1050	Lisboa		-	14	80%	-	
72	Olá Backpackers Lisboa Hostel	Rua dos Prazeres, 25, R/C, 1050 Lisboa	Lisboa		-	12	81%	-	
73	Lisbon Calling Hostel	Rua de São Paulo, 126, 3ºDir, 1050	Lisboa		-	17	94%	-	
74	Smile Hostel	Travessa do Almada, 12, 3ºDto, 1050	Lisboa		-	14	91%	-	
75	Baluarto Cidadino Hostel	Rua de Santa Marta, 45, 4º Dto, 1050	Lisboa		-	11	87%	-	
76	Lisbon Amazing Hostels - Sé/Alfama	Beco do Arco Escuro, 17, 1050 Lisboa	Lisboa		-	15	72%	-	
77	Lisbon Happy Hostel	Rua dos Correeiros, 161, 3º, 1050	Lisboa		-	18	83%	-	
78	Costta Rooms	Rua de São Nicolau,23, 3º Esq., 1050	Lisboa		-	27	92%	-	
79	Lisbon Story Guesthouse	Largo de São Domingos ,18, S/L, 1050	Lisboa		-	22	94%	-	
80	Lisbon View Hostel	Rua dos Fanqueiros,277, 3º, 1050	Lisboa		-	18	84%	-	
81	Rituals Backpackers Lisboa	Rua de São Paulo,111, 2º, 1050 Lisboa	Lisboa		-	16	-	-	
82	Stone Farm Hostel	Casa do Penedo, Airaes, 4650-067	Felgueiras		Norte	-	19	-	-
83	Oporto Poets Hostel Privates	Travessa do Ferraz, Nº 13, 4050-291 Porto	Porto			-	18	90%	-
84	Black and White Porto Hostel	Rua Barao de Forrester, Nº 944, 4050-272 Porto	Porto	-		17	65%	-	
85	Porto Downtown Hostel	Praça Guillerme Gomes Fernandes, 66, 1º, 4050 Porto	Porto	-		17	90%	-	
86	Andarilho Oporto Hostel	Rua da Firmeza, Nº 364, 4000-225 Porto	Porto	-		15	90%	-	
87	The Yellow House	Rua Joao das Regras, Nº 96, 4000	Porto	-		16	83%	-	
88	Rivoli Cinema Hostel	Rua Dr. Magalhaes Lemos, Nº 83, 1º	Porto	40		21	93%	-	
89	Oporto Poets Hostel	Rua dos Caldeireiros, Nº 261, 4050	Porto	-		17	92%	-	
90	Porto Youth Hostel	Rua Paulo da Gama, Nº 551, 4169	Porto	148		16	77%	-	
91	Oporto Sky Hostel	Rua da Lapa, Nº 33, 4050 Porto	Porto	29		17	89%	Mr.08	
92	Wine Hostel	Campo Martires da Patria, Nº 52A	Porto	-		18	88%	Ab.10	
93	StepsHouse	Pátio escadas do Monte dos Judeus,5 Miragaia,Porto	Porto	-		15	82%	-	
94	Oporto Invictus Hostel	Rua das Oliveiras, Nº 73, 4050 Porto	Porto	-		18	96%	-	
95	Porto Spot Hostel	Rua Gonçalo Cristovão, Nº 12, 4050	Porto	-		19	95%	-	
96	Magnolia Porto Hostel	Av. Rodrigues de Freitas, Nº 387, 4050	Porto	-		17	93%	-	
97	Dixo's Porto Hostel	Rua Mouzinho da Silveira, Nº 72, 4050	Porto	-		18	98%	-	

ANEXO 2: Inquérito a clientes de *Hostels*

(PORTUGUÊS)

ISCTE Business School
Instituto Universitário de Lisboa

INQUÉRITO A HOSPEDES DE HOSTEIS

INFORMAÇÃO PARA APOIO A TESE DE MESTRADO DO ISCTE – BUSINESS SCHOOL

Idade: Sexo: F M Nacionalidade: _____

Profissão: _____ Estado Civil: _____

Hostel onde se encontra: _____

Motivo da Viagem: Turismo Trabalho Estudos Outro: _____

Duração da estadia neste hostel (noites):

Duração total da viagem: 1 Semana 2 Semanas 1 Mês Mais

É a primeira vez que fica hospedado num hostel?: S N

Se não, já ficou hospedado noutra hostel em Portugal? Qual? _____

Durante esta estadia em Portugal vai ficar a dormir sempre em hosteis? S N

Pretende visitar na presente viagem, ou já visitou, outras cidades de Portugal? S N

Fontes de informação de alojamento (Hostels)?

Mapas Guias de viagem Internet Agências de Viagens Publicidade TV,

Rádio ou revistas Posto de Turismo Brochuras Opinião de conhecidos

Razões para ficar em Hostels?

Bom preço Boa Localização Facilidade de reserva Possibilidade de cozinhar

Boas condições de WC Segurança Boas camas Festas e convívio

Classificação do Hostel (Rating) Outros

ANEXO 3: Inquérito a proprietários de *Hostels*

(PORTUGUÊS)

ISCTE Business School
Instituto Universitário de Lisboa

INQUÉRITO A PROPRIETÁRIOS DE HÓSTEIS

INFORMAÇÃO PARA APOIO A TESE DE MESTRADO DO ISCTE – BUSINESS SCHOOL

Hostel _____

NUMERO DE SÓCIOS DO HOSTEL

IDADE DO SÓCIO 1	<input type="text"/>	ESCOLARIDADE	<input type="text"/>	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	ACTIVIDADE PRINCIPAL	<input type="text"/>
IDADE DO SÓCIO 2	<input type="text"/>	ESCOLARIDADE	<input type="text"/>	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	ACTIVIDADE PRINCIPAL	<input type="text"/>
IDADE DO SÓCIO 3	<input type="text"/>	ESCOLARIDADE	<input type="text"/>	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	ACTIVIDADE PRINCIPAL	<input type="text"/>
IDADE DO SÓCIO 4	<input type="text"/>	ESCOLARIDADE	<input type="text"/>	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	ACTIVIDADE PRINCIPAL	<input type="text"/>

NUMERO DE CAMAS DOS HOSTEL

TAXAS DE OCUPAÇÃO MENSAL (JULHO2009/JULHO2010)

JULHO DE 2009 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>
AGOSTO DE 2009 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>
SETEMBRO DE 2009 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>
OUTUBRO DE 2009 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>
NOVEMBRO DE 2009 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>
DEZEMBRO DE 2009 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>
JANEIRO DE 2010 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>
FEVEREIRO DE 2010 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>
MARÇO DE 2010 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>

ABRIL DE 2010 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>
MAIO DE 2010 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>
JUNHO DE 2010 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>
JULHO DE 2010 (%)	<input type="text"/>	PREÇO MÉDIO DA CAMA VENDIDA	<input type="text"/>

NACIONALIDADES DOS CLIENTES

1	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>
2	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>
3	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>
4	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>
5	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>
6	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>
7	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>
8	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>
9	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>
10	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>
11	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>
12	NACIONALIDADE	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>