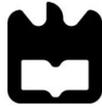




**DIANA ISABEL  
CARVALHO MENDES  
VALADARES**

**O PERFIL DO TURISTA JOVEM NO TURISMO  
CULTURAL E RURAL**



**DIANA ISABEL  
CARVALHO MENDES  
VALADARES**

**O PERFIL DO TURISTA JOVEM NO TURISMO  
CULTURAL E RURAL**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Doutora Elisabete Maria Melo Figueiredo, Professora Auxiliar do Departamento de Ciências Sociais, Políticas e do Território da Universidade de Aveiro.

Dedico este trabalho a toda a minha família, em especial ao Paulino pelo incansável apoio.

## **o júri**

presidente

**Prof. Doutora Margarita Matias Robaina Alves**  
Professora auxiliar da Universidade de Aveiro

**Prof. Doutora Maria Manuel Rocha Teixeira Baptista**  
Professora auxiliar da Universidade de Aveiro

**Prof. Doutora Elisabete Maria Melo Figueiredo**  
Professora auxiliar da Universidade de Aveiro

## **agradecimentos**

Todo este trabalho académico só foi possível, para além do substancial esforço e vontade própria, devido a um incontável número de apoios e contribuições que direta ou indiretamente influenciaram de uma forma positiva o desenrolar desta dissertação.

O meu primeiro agradecimento vai para a minha família em especial para o meu pai que sempre me apoiou e orientou e para a minha mãe que mesmo não estando presente neste mundo guia-me com muita dedicação.

Ao Paulino Freitas pela compreensão, motivação e apoio incondicional durante toda a investigação e principalmente nos momentos mais difíceis.

À minha orientadora Professora Doutora Elisabete Figueiredo pelo seu apoio, dedicação e orientação ao longo de todo o trabalho.

À Professora Doutora Celeste Eusébio pelo seu apoio, atenção e constante disponibilidade.

A todos os meus amigos, mas em especial à Helene Pimenta e à Cristiana Gomes que sempre me apoiaram e motivaram.

À rede das pousadas de juventude de Portugal, ao Rui Maia, ao Luís Simões e aos responsáveis dos estabelecimentos.

Aos jovens que participaram no estudo.

A todos eles um muito obrigado!

**palavras-chave**

Turismo jovem, turismo cultural, turismo rural, turismo cultural-rural, perfil, comportamentos, motivações, cultura, ruralidade, produto, património.

**resumo**

Atualmente os jovens realizam viagens para visitar amigos e familiares, para estudar ou conhecer locais. Independentemente dos vários motivos que apresentam destaca-se, na maioria das suas viagens, as motivações culturais (como a visita a monumentos históricos) e o contacto com a natureza (como a visita a elementos naturais). Nesta perspectiva surge a prática turística cultural-rural que permite ao jovem entrar contacto tanto com a natureza como com a cultura dos destinos sendo neste sentido o desenvolvimento desta investigação académica.

A presente dissertação propõe identificar o perfil do turismo jovem que consome turismo cultural-rural com base nas suas motivações, comportamentos, atividades, dados da viagem e do alojamento utilizando as pousadas de juventude em destinos rurais (modelo de alojamento preferencial dos jovens). Dois instrumentos foram desenvolvidos: o inquérito por questionário (aplicado aos jovens turistas) e o inquérito por entrevista (aos responsáveis de pousada). A metodologia de estudo selecionada visa a implementação dos instrumentos e a análise de informação com base em técnicas estatísticas e de conteúdo.

Vários aspetos foram abordados ao longo da análise permitindo identificar o perfil de um turista jovem, independente, maduro, que pretende relaxar durante as suas viagens, e ao mesmo tempo desenvolve atividades relacionadas com a cultura e com a natureza dos destinos.

**keywords**

Youth tourism, cultural tourism, rural tourism, cultural-rural tourism, profile, behavior, motivations, culture, rurality, product, heritage.

**abstract**

Nowadays young people travel in order to visit friends and family, study or meet locals. Regardless of the various reasons that stand out on most of their trips cultural motivations (such as visiting historic monuments) and contact with nature (like visiting natural elements). Therefore cultural-rural tourism emerges, allowing young people to create a contact with nature and the culture of destinations and by this point of view that we developed this academic research.

This study proposes to identify the profile of the young tourists consuming cultural-rural tourism based on their motivations, behaviors, activities, trips and accommodation data using the youth hostels in rural destinations. Two instruments were developed: the survey (applied to young tourists) and the interview survey (to the managers of the youth hostel). The methodology selected for this investigation aimed the application of the tools and the information analysis based on study skills content and statistical analysis.

Several aspects were covered during the analysis allowing to identify the profile of an independent and mature young traveler, that wants to relax in their vacations, but at the same time develop activities related to the culture and the nature of destinations.

## Índice

Índice de Tabelas.....	iv
Índice de Quadros .....	v
Índice de Figuras .....	vi
Índice de Siglas.....	vii
<b>1. Capítulo I – Introdução .....</b>	<b>1</b>
1.1. Tema da investigação.....	1
1.2. Objetivos e metodologia da investigação.....	2
1.3. Estrutura da dissertação.....	3
<b>2. Capítulo II – Turismo Jovem.....</b>	<b>5</b>
2.1. Como definir “jovem” .....	5
2.2. A origem do turismo jovem .....	6
2.3. Definição de turismo jovem e turista jovem.....	7
2.3.1 Turismo jovem como segmento de mercado.....	10
2.3.2 Formas e categorias do turismo jovem.....	12
2.3. Perfil do turista jovem .....	15
2.3.2 Comportamentos e motivações.....	16
2.3.3 Outras características .....	19
2.4. As pousadas de juventude e os jovens.....	23
2.4.2 Origem e evolução das pousadas de juventude .....	23
2.4.3 Características das pousadas de juventude.....	24
<b>3. Capítulo III- O Turista Jovem e o Turismo “Cultural-Rural” .....</b>	<b>27</b>
3.1. O turista jovem e outras formas de turismo .....	27
3.2. O património e os produtos turísticos.....	28
3.4. Turismo cultural .....	30
3.4.1. Definição de cultura .....	30
3.4.2. Definição de turismo cultural .....	30
3.4.3. Componentes da oferta e da procura do turismo cultural .....	32

3.5.	Turismo rural .....	33
3.5.1.	Definição de áreas rurais .....	33
3.5.2.	Definição de turismo rural .....	34
3.5.3	Componentes da oferta e da procura do turismo rural.....	36
3.6.	O turismo “ <i>cultural-rural</i> ” .....	37
3.6.1.	Definição de turismo “ <i>cultural-rural</i> ” .....	37
3.6.2.	O produto “ <i>cultural-rural</i> ” e o turista jovem .....	39
<b>4.</b>	<b>Capítulo IV – Hipóteses, Metodologia e Casos Analisados .....</b>	<b>41</b>
4.1	Objetivos e hipóteses de estudo .....	41
4.2	Técnicas de recolha de dados .....	42
4.2.1	População em estudo e técnica de amostragem .....	43
4.2.2	Instrumentos de recolha de informação .....	45
4.2.3	Método de administração .....	47
4.2.4	Técnicas para a análise de dados .....	49
4.3	Casos analisados: as pousadas de juventude em Portugal .....	50
4.3.1	História e evolução das pousadas de juventude em Portugal.....	51
4.3.2	Caracterização das pousadas juventude selecionadas .....	53
4.3.3	Caracterização demográfica e socioeconómica das regiões .....	54
<b>5.</b>	<b>Capítulo V – Análise e Discussão dos Dados .....</b>	<b>61</b>
5.1.	Apresentação e análise dos dados .....	61
5.1.1.	Análise e discussão do inquérito por questionário .....	61
5.1.2.	Análise e discussão do inquérito por entrevista .....	83
<b>6.</b>	<b>Capítulo VI – Conclusões .....</b>	<b>99</b>
6.1.	Conclusões gerais .....	99
	<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>105</b>
	<b>Apêndices .....</b>	<b>115</b>
	Apêndice nº 1- Operacionalização dos conceitos do inquérito por questionário.....	117
	Apêndice nº 2- Inquérito por questionário - português .....	119
	Apêndice nº 3- Inquérito por questionário - inglês.....	125

Apêndice nº 4- Inquérito por entrevista.....	131
Apêndice nº 5- Características e comodidades das pousadas de juventude.....	135
Apêndice nº 6- Pacotes culturais das pousadas de juventude .....	139
Apêndice nº 7 - Dados geográficos e administrativos dos vários municípios onde se localizam as pousadas de juventude .....	141
Apêndice nº 8 – Densidade populacional dos vários municípios onde se localizam as pousadas de juventude.....	143
Apêndice nº 9 – Setores de atividade económica por município .....	145
<b>Anexos .....</b>	<b>147</b>
Anexo nº 1- Fotos das pousadas de juventude.....	149

## Índice de Tabelas

Tabela 2.1 - Idade dos jovens segundo diversas fontes.....	8
Tabela 4.1 - Período de aplicação, envio dos questionários e período de encerramento das pousadas .....	48
Tabela 4.2 - Entrevistas realizadas .....	49
Tabela 5.1 - Caracterização sociodemográfica do participante .....	62
Tabela 5.2 – Dados de viagem .....	66
Tabela 5.3 – Valores de tendência central e de dispersão em relação às viagens para destinos rurais e às visitas de atrações culturais .....	68
Tabela 5.4 – Tipos de turista.....	69
Tabela 5.5 – Motivações dos turistas jovens.....	71
Tabela 5.6 – Opinião dos jovens sobre as atrações culturais do destino .....	72
Tabela 5.7 – Atividades desenvolvidas pelos jovens .....	73
Tabela 5.8 – Percepção do nível de segurança dos jovens .....	74
Tabela 5.9 – Comportamentos dos jovens.....	75
Tabela 5.10 – Comparação das médias entre o nível de segurança e o comportamento .....	75
Tabela 5.11 – Médias dos atributos culturais da região .....	77
Tabela 5.11 – Motivos para a escolha das pousadas de juventude .....	79
Tabela 5.13 – Valor despendido no alojamento .....	80
Tabela 5.14 – Frequência dos atributos das pousadas de juventude por nível de importância e de satisfação .....	81
Tabela 5.15 – Médias dos Atributos.....	91

## Índice de Quadros

Quadro 2.1 - Várias formas de turismo jovem.....	13
Quadro 3.1- Tipos de atrações e exemplos de atividades.....	32
Quadro 3.2 - Características do turismo rural .....	35
Quadro 4.1 - Hipóteses de estudo e principais conceitos.....	42
Quadro 5.1 - Características dos estabelecimentos.....	85
Quadro 5.2- Desenvolvimento das unidades com base em subcategorias .....	87
Quadro 5.3- A localização da pousada determina o turista com base em subcategorias .....	92
Quadro 5.4- Perfil do turista segundo os responsáveis.....	93

## Índice de Figuras

Figura 2.1- - Registo de milhões de chegadas internacionais .....	10
Figura 3.1 - Componentes do turismo “ <i>cultural-rural</i> ” .....	38
Figura 4.1 – Localização das 15 pousadas de juventude.....	43
Figura 4.2- Composição das técnicas de amostragem utilizadas para a presente investigação.....	44
Figura 4.3- Processo para a criação do inquérito por questionário.....	45
Figura 4.4- Categorias das pousadas de Juventude .....	52

## Índice de Siglas

<b>APPJ</b>	Associação Portuguesa das Pousadas de Juventude
<b>CEV</b>	Comissão Europeia de Viagens
<b>ICOMOS</b>	Concelho Internacional de Monumentos e Lugares
<b>DGT</b>	Direção Geral de Turismo
<b>HI</b>	Hostelling Internacional
<b>INE</b>	Instituto Nacional de Estatística
<b>IESE</b>	Instituto de Estudos Sociais e Económicos
<b>IYHF</b>	Federação Internacional das Pousadas de Juventude
<b>UN</b>	Nações Unidas
<b>UNESCO</b>	Nações Unidas para a Educação e a Cultura
<b>OCDE</b>	Organização e Cooperação para o Desenvolvimento Económico
<b>OMT</b>	Organização Mundial de Turismo
<b>WYSE Travel Confederation</b>	World Youth Student and Educational Travel Confederation
<b>YHA</b>	Associação das Pousadas de Juventude
<b>YMCA</b>	Associação Cristã de Homens Jovens
<b>YWCA</b>	Associação Cristã de Mulheres Jovens



## Capítulo I – Introdução

### 1.1. Tema da investigação

Atualmente o turismo jovem é reconhecido como um importante segmento do mercado turístico (Moisã, 2007) composto por jovens de diversas nacionalidades (Richards & Wilson, 2003).

As suas viagens são revestidas de um cariz de desenvolvimento pessoal, de técnicas de aprendizagem sociais e culturais (Aramberri, 1991; Schönhammer, 1992) e de contribuições económicas (OMT - Organização Mundial de Turismo - & WYSE Travel Confederation – World Youth Student e Educational Travel Confederation, 2008).

As motivações que levam os jovens a viajar podem-se centrar na vertente cultural e rural da prática turística. De acordo com Moisã (2007) os jovens viajam em busca do autodesenvolvimento pessoal permitindo relacionar essa motivação à prática de atividades socioculturais e de natureza.

Associado à prática turística jovem estão as pousadas de juventude como modelo de alojamento característico e preferido dos jovens. Estes estabelecimentos surgiram com objetivo de proporcionar aos jovens um maior contacto com o meio ambiente afastando-os dos grandes centros urbanos (Dams, 2008).

A presente investigação propõe identificar o perfil do turista jovem que desenvolve turismo “*cultural e rural*” ou na sua denominação mais simplista o turismo “*cultural-rural*” através da pernoita em pousadas de juventude em áreas rurais e de atividades como de motivações relacionadas com a cultura e com a natureza.

Vários estudos foram realizados reconhecendo “*os comportamentos do turista jovem*” (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008; Richards & Wilson, 2003; Schönhammer, 1992; Carr, 1998) e identificando o perfil do turista que consome a “*ruralidade dos destinos*” (IESE - Instituto de Estudos Sociais e Económicos-, 2008; Silva, 2007; Kastenholz, 2000) e a “*cultura dos locais*” (ICOMOS - Concelho Internacional de Monumentos e Lugares, 2003; Richards , 2007; Richards, 1996).

Contudo, existe uma grande lacuna na literatura acadêmica em relação à identificação do perfil do turista que desenvolve turismo “*cultural-rural*”, especialmente se esta prática estiver associada ao “*jovem*”.

Salienta-se ainda a importância do jovem nos estudos das ciências sociais (Boukas, 2008) como amostra populacional de diversas organizações (Roberts K. , 2003), identificando-os como aqueles que “*coletivamente gastam mais dinheiro tornando-se num dos maiores segmentos do mercado consumista*” (Roberts K. , 2003, p. 15).

Por essas razões é que o presente estudo torna-se importante no que diz respeito à identificação do perfil do turista jovem com base nas várias características que compõem o sujeito, como os dados sociodemográficos, a informação sobre as diversas formas de viagem, as motivações, os comportamentos, as atividades e os níveis de satisfação.

## **1.2. Objetivos e metodologia da investigação**

Analisar o perfil do turista jovem que pratica turismo “*cultural-rural*” é o principal objetivo desta dissertação. Nesse sentido foram desenvolvidos objetivos específicos permitindo a identificação de dados sociodemográficos, formas de viagem, motivações, comportamentos, atividades, níveis de satisfação dos atributos e das pousadas de juventude, identificação do consumo de pacotes turísticos e das experiências proporcionadas aos jovens pelos estabelecimentos.

De maneira a identificar o perfil do turista elaborou-se uma metodologia de estudo com vista a dar continuidade à investigação e que tratasse com relevância a informação recolhida.

Inicialmente procedeu-se à revisão da literatura abordando os seguintes temas: a origem do conceito, o perfil do turista jovem, o modelo de alojamento, a identificação do turismo rural e cultural, como é que o turismo cultural e rural tornou-se “*cultural-rural*”, e como é que o jovem desenvolve essa atividade.

Seguidamente estipulou-se critérios para o levantamento de dados primários utilizando como instrumentos: o inquérito por questionário aos jovens entre os 18 e os 35 anos que pernoitassem nas pousadas de juventude em áreas rurais; e o inquérito por entrevista aos vários responsáveis desses estabelecimentos.

Por fim, para o processamento dos dados realizou-se análises ao conteúdo permitindo testar hipóteses e concluir a investigação.

### **1.3. Estrutura da dissertação**

A dissertação é composta por duas partes que se subdividem em seis capítulos. Na primeira parte encontramos a revisão da literatura composta: pela introdução ao trabalho académico (capítulo I), pelo turismo jovem (capítulo II) e pelo turista jovem no turismo “*cultural-rural*” (capítulo III). Na segunda parte encontra-se a investigação empírica composta: pelo capítulo das hipóteses, metodologia e casos analisados (capítulo IV), a análise aos questionários e às entrevistas (capítulo V), e as conclusões (capítulo VI).

No primeiro capítulo apresentou-se o tema de investigação, a metodologia, objetivos do estudo e a estrutura da dissertação.

No segundo capítulo abordou-se conceitos relacionados com o turismo e o turista jovem, a origem e evolução da prática, os impactos da atividade, os nichos e categorias, o perfil e as pousadas de juventude como modalidade de alojamento preferida dos jovens.

No terceiro capítulo definiu-se conceitos sobre património, produto, cultura, turismo cultural, ruralidade, turismo rural, turismo “*cultural-rural*” e como é que os jovens consomem o turismo “*cultural-rural*” como produto.

No quarto capítulo apresentou-se os objetivos específicos, as técnicas para a recolha de informação, as amostras que compõem a população, as técnicas de administração e de análise de dados e as pousadas de juventude em Portugal localizadas em áreas rurais.

No quinto capítulo analisou-se a informação do inquérito por questionário e do inquérito por entrevista.

No sexto capítulo encontram-se as conclusões finais compostas pelas contribuições, dificuldades, limitações e recomendações para futuras investigações.



## Capítulo II – Turismo Jovem

### 2.1. Como definir “jovem”

Bennett (1985, citado por West, 1997) indica que para definir o que se pode entender por “jovem” é necessário relacionar o sujeito com as várias fases do desenvolvimento cronológico, biológico e psicológico. Cada uma destas etapas, transforma-se “*numa construção social que varia no tempo e no espaço*” (West, 1997, p. 834). Sustentando esta definição Schönhammer (1992) refere que o desenvolvimento psicológico distingue-se em duas áreas, a primeira onde os jovens encontram-se na alçada da responsabilidade dos adultos, como a família, a escola ou até o trabalho, e a segunda relacionada com as atividades de lazer e a interação com colegas como aquela em que os jovens têm maior liberdade e controlo.

Já Nugent (2005, p. 2) define o conceito de jovem como “*todas as pessoas que se encontram dentro de uma faixa etária específica ou com um determinado estado de espírito ou até mesmo um estado de alma*”.

Dessa forma a autora apresenta três fases no desenvolvimento do jovem: (i) a inicial - crianças que vão desde os 10 aos 14 anos; (ii) a intermédia - adolescentes que vão desde os 15 aos 20 anos; (iii) e a posterior – jovens adultos entre os 21 aos 24 anos.

Todas estas fases ou etapas do crescimento permitem aos “*jovens*” enfrentar os grandes desafios do futuro através das experiências vividas em cada uma delas, contudo o crescimento dos jovens já não é o mesmo que no passado. Os “*jovens modernos*”, como Nugent (2005) refere, demoram mais tempo a desenvolverem-se do que a geração dos seus pais. De acordo com a autora, foi registado um crescimento tardio que envolve a vida dos jovens com uma variedade de experiências que passam pela educação, família, emprego e saúde. Em certos aspetos esse atraso no desenvolvimento do sujeito encontra-se relacionado com o aumento de tempo escolar, com o atraso na vida profissional e nos casamentos, com os efeitos da globalização, com os avanços tecnológicos e com o desenvolvimento económico generalizado.

As Nações Unidas (UN- 2003) definem os jovens através da classificação da faixa etária, para esta organização a idade aceite vai desde os 15 aos 24 anos e mesmo com o aumento da idade dos jovens o comportamento varia nas diversas fases do seu desenvolvimento de acordo com Boukas (2008).

Os conceitos divergem também de país para país devido a ideologias políticas, à prática de determinadas atividades (Richards, 2005) e a algumas circunstâncias sociais (Boukas, 2008). Para a presente investigação o jovem será definido de acordo com classe etária, conceito esse que será abordado na definição de turismo e de turista jovem. Sem antes definir o se entende por esse conceito é necessário perceber onde é que surgiu. Afinal qual a origem da prática turística jovem?

## 2.2. A origem do turismo jovem

O turismo jovem remonta às origens da prática da atividade turística relacionada com o “*Grand Tour*” Europeu no século XVII e XVIII (Adler, 1985). Os jovens abastados pertencentes às altas classes sociais da época vitoriana realizavam viagens de aventura para países outrora desconhecidos (Loker-Murphy & Pearce, 1995) apropriando-se do modo de viver das pessoas devido às difíceis condições a que se submetiam (Cohen, 1973 citado por Loker-Murphy & Pearce, 1995). As viagens realizadas tornavam-se “*num ritual que lhes permitia a emancipação perante os membros da família, de acordo com os estilos ocidentais da vida adulta*” (Adler, 1985, p. 337).

No entanto, a prática do turismo não pode ser vista totalmente vista na perspetiva dos nobres jovens e ricos. Enquanto estes utilizavam as viagens como forma de prazer e educação, as pessoas “*comuns*” eram motivadas não só pelo desejo da aventura como também pela necessidade da procura do trabalho (Adler, 1985). Este turista, “*vagabundo ou viajante*”, apareceu como trabalhador de baixo custo no século XIX. Eventualmente viajavam de cidade para cidade criando um circuito específico em busca de trabalho. Ficavam alojados em estalagens e albergarias a pernoitar ou a desenvolver atividades laborais. As hospedagens eram providenciadas pelos seus “*patrões*” (Loker-Murphy & Pearce, 1995) e os viajantes só ficavam alojados após a apresentação de um cartão que os identificavam como membros do comércio e de “*boa estirpe*” (Adler, 1985).

Essa atividade extinguiu-se com o início da Primeira Guerra Mundial, os viajantes passaram a ser vistos de modo diferente, o que dantes era uma questão modo de estar e lazer, passou a ser uma questão de sobrevivência e de imposição das dificuldades económicas da época. As suas viagens já não “*apresentavam uma aura de obrigação moral*” (Adler, 1985, p. 341).

A urbanização floresceu e o trabalho ficou concentrado nos centros urbanos tornando este movimento obsoleto e inadequado (Adler, 1985). “*A estrada passou a ser vista como*

*uma questão de sobrevivência, em vez de prazer*” (Loker-Murphy & Pearce, 1995, p. 822).

Apesar da ideia de “*andar na estrada*” ainda ser vista como um fator importante no primeiro terço do século XX, a literatura segundo Adler (1985, p. 341) observou este fenómeno “*como uma forma de delinquência juvenil*”.

Segundo alguns autores (Taiyab, 2005; Carr, 1998) o desenvolvimento da indústria do turismo jovem deu-se no final da Segunda Guerra Mundial, com a criação de movimentos jovens e dos intercâmbios culturais que vinham combater as duras condições da vida urbana das cidades industriais europeias desenvolvidas nos finais século XIX (Loker-Murphy & Pearce, 1995). Foram criados clubes e associações que ficaram responsáveis pelos jovens, oferecendo alojamento económico e uma ampla gama de atividades culturais. Este bem-estar e prosperidade desenvolvida na época permitiram a realização de viagens pessoais e independentes, assim como o crescimento de um mercado específico de viagens (Carr, 1998).

Atualmente esta atividade abre horizontes e estimula o desejo de viver, de abraçar outras culturas, de criar novas amizades podendo ser vista como um contributo para a paz entre as nações devido à sensibilização cultural que é transmitida aos jovens (Moisã, 2007).

### **2.3. Definição de turismo jovem e turista jovem**

A primeira definição de turismo jovem foi criada apenas em 1991 na “*Conferência Internacional de Turismo Jovem*”. O conceito desenvolvido na altura baseou-se na descrição das viagens realizadas pelos jovens (Loker-Murphy e Pearce, 1995) mas atualmente o que se pode entender por turismo e turista jovem?

Com base nessa definição surgiram vários conceitos como o do Departamento Turismo da Cidade de Cape onde apresenta a prática turística jovem como uma atividade que:

*“(...) envolve viagens realizadas por pessoas com idade igual ou inferior a 30 anos, sem os seus familiares e para fora da área de residência, não para negócio, e principalmente não para visitar amigos ou familiares. A viagem inclui pelo menos uma pernoita. As principais características do turismo jovem são: a fraca organização e planos de viagem flexíveis, um alto nível de interação transcultural e a uma grande quantidade de tempo livre. Os turistas jovens para além de serem preparados para aguentar com o pouco conforto da viagem, situação que as pessoas mais velhas não conseguem, viajam sozinhos ou em grupo”* (Departamento de Turismo da Cidade de Cape, 2010, p. 19)

Dada a definição pode-se afirmar que a prática do turismo jovem é realizada por indivíduos com uma idade específica ou dentro de uma determinada faixa etária, assim esta atividade turística inclui a deslocação só de pessoas jovens. Várias são as definições que abordam a questão etária como um dos fatores principais que ajudam a determinar o estatuto de “jovem” e do conceito de turismo jovem. A OMT e a WYSE Travel Confederation é um dos exemplos desta situação, definindo a prática turística jovem como:

*“(...) todas as viagens independentes por um período inferior a um ano por pessoas com idade compreendida entre os 16 e os 29 anos sendo motivadas, em parte e por um todo, pelo desejo de conhecer outras culturas, construir uma experiência de vida e/ou beneficiar de oportunidades formais ou informais de aprendizagem fora do seu ambiente natural (OMT & WYSE Travel Confederation 2008, p.1).*

No entanto, a dificuldade reside na determinação de uma idade ou faixa etária que descreva as diversas características dos sujeitos. Carr (1998) numa tentativa de parametrizar as diversas definições sobre o conceito apresenta uma tabela com várias idades de acordo com parâmetros comerciais e académicos, como se pode observar abaixo (tabela 2.1).

**Tabela 2.1 - Idade dos jovens segundo diversas fontes**

	<u>Conceitos Académicos</u>	<u>Idade dos Turistas Jovens</u>	<u>Definições Comerciais</u>	<u>Idade dos Turistas Jovens</u>
Pesquisa realizada por Carr	Kale et al, 1987	18 - 35	Club 18-30, 1995	18 - 30
	Aramberri, 1991	15 - 25	Escapades, 1997	18 - 30
	Bywater, 1993	Abaixo dos 26	Sundance, 1997	18 - 30
	OMT, 1991	15 - 29	American Adventures, 1995	18 - 38
	-	-	Oasis, 1997	20 - 35
Adaptação pessoal	Warneant, 2010	Abaixo dos 30	Cartão Jovem (Portugal)	14 - 30
	Departamento de Turismo da Cidade de Cape,	Abaixo dos 30	Pousadas de Juventude em Portugal	Sem limite de idade

**Fonte:** Baseado em Carr (1998, p. 312)

É visível uma diferença entre as idades das definições académicas e das definições comerciais. Enquanto os académicos recorrem a várias questões sociológicas, o mundo comercial recorre a técnicas que permite transacionar cada vez mais produtos a um

variado número de pessoas, acabando por definir “o mercado jovem de acordo com os seus objetivos de vendas” (Boukas, 2008, p. 70).

Assim é necessário ter em conta outros métodos que nos permitam caracterizar o turista jovem. Autores como Theuns (1991) e Aramberri (1991) definem-no não só a partir da idade mas também com base nas motivações e comportamentos.

Aramberri (1991) indica que determinar um turista jovem apenas pela idade não permite identificar determinadas características que possam estar ligadas à prática da atividade. Por exemplo, o desenvolvimento de determinadas atitudes leva o sujeito a ser considerado socialmente novo independentemente da sua faixa etária.

O estatuto de “jovem” é uma classificação atribuída a determinados indivíduos, que segundo Clarke (1992), torna-se numa atitude social determinada pela idade mas não exclusivamente por ela. Carr (1998, p.316) reforça esta questão argumentando que “é evidente que uma pessoa jovem é infinitamente mais do que uma simples expressão cronológica” tratando-se de uma combinação de vários factores para além da idade como é o caso do comportamento, da percepção pessoal do indivíduo e da sociedade envolvente à qual está relacionada com os valores e normas culturais.

Mas por razões estatísticas e de maneira a estabelecer parâmetros nesta investigação entende-se que são turistas jovens aqueles com uma idade compreendida entre os 18 e os 35 anos sem desconsiderar os seus comportamentos e motivações.

Dos 18 anos porque segundo o Código Civil Português (2010) “aquele que perfizer dezoito anos de idade adquire plena capacidade de exercício de direitos, ficando habilitado a reger a sua pessoa e a dispor dos seus bens” e é a partir deste período que os jovens atingem a maioridade, procuram a independência e têm uma maior liberdade de escolha e de decisão.

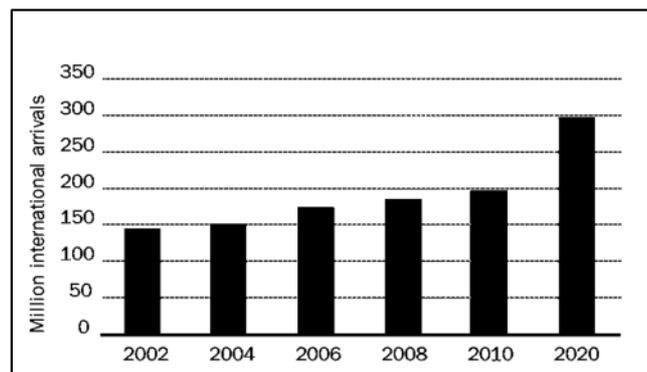
Até aos 35 anos porque considera-se um segmento apropriado de acordo com vários estudos. Por exemplo, o estudo realizado pela Kamilla-SA para o Departamento de Turismo da Cidade de Cape (2010) indica que a maior percentagem de turistas independentes estão entre os 18-34 anos. A agência Explore World-wide (Carr, 1998) refere que 42% dos seus clientes (turistas jovens) têm uma idade inferior a 35 anos. Boukas (2008) indica que os turistas jovens vão desde os 18 aos 38 anos e Kale, McIntyre & Weir, (1987, p. 20) mencionam que “devido ao seu tamanho, riqueza e hábitos

de consumo, o grupo de 18 a 35 anos de idade é um segmento viável para pacotes turísticos”.

### 2.3.1 Turismo jovem como segmento de mercado

Com o desenvolvimento da atividade turística jovem surge um segmento de mercado cuja importância atual é reconhecida a nível internacional (Moisã, 2007).

Em 1995 a Comissão Europeia de Viagens (CEV) apresentou uma estimativa de 125 milhões de turistas jovens (Moisã, 2010 a) e ainda de acordo com as várias organizações de turismo à volta do mundo em 2002 registou-se 140 milhões, em 2004 foi 150 milhões (Richards, 2005), em 2005 passou a 160 milhões e em 2010 estendeu-se até aos 190 milhões (Richards, 2011), apresentando uma estimativa de 300 milhões para 2020 (WYSE Travel Confederation, 2011) como se pode observar a partir da figura 2.1.



**Figura 2.1- Registo de milhões de chegadas internacionais**

**Fonte:** WYSE Travel Confederation (2011, p.6)

Em termos económicos este tipo de turismo gerou 165 biliões de dólares em receitas só em 2010 com uma média de \$2600 (equivalentes a €2025) por viagem, segundo a WYSE Travel Confederation (2011). Podemos afirmar que os jovens podem ser vistos como um importante recurso económico apesar de, num primeiro relance, os vários gastos efetuados poderem ser inferiores às outras modalidades turísticas. No entanto, como realizam viagens de longa duração os consumos são consideráveis (Moisã, 2007).

Nesta linha de pensamento Taiyab (2005) refere que o segmento de mercado turístico jovem descreve um crescimento rápido em comparação com outras formas de turismo como o ecoturismo e o turismo cultural. Contudo esta prática nem sempre foi considerada um marco importante da economia turística e só relativamente há pouco tempo é que se

destacou de acordo com Comissão de Turistas Australiana (1993, citado por Loker-Murphy e Pearce, 1995).

O turismo jovem exhibe igualmente um valor sustentável, por um lado encontra-se relacionado com os longos períodos de permanência em conjunto com os orçamentos limitados dos jovens, por outro quando realizam viagens fazem-no em diferentes períodos do ano (Moisã, 2007) usufruindo de experiências que apenas podem ser adquiridas localmente (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008; Moisã, 2010 b). Estas atividades transformam a prática turística jovem num movimento sustentável exibindo um valor económico tanto na indústria turística como nas economias locais (WYSE Travel Confederation, 2011). Em alguns casos os jovens aproveitam os programas governamentais para trabalhar nas regiões que visitam (Moisã, 2008).

Para além do valor sustentável, esta prática apresenta "*funções de integração social*" (Moisã, 2007, p. 441). Muitos jovens viajam por diversos países e/ou continentes criando roteiros intercontinentais (designados de carreiras turistas). Esta interligação de culturas proporciona experiências enriquecedoras e imprescindíveis para o seu crescimento. Regra geral os jovens têm uma maior facilidade nas interações sociais dos que os adultos. Os benefícios retirados desses intercâmbios permitem-lhes desenvolver uma melhor compreensão sobre o mundo (Moisã, 2007), são economicamente acessíveis, amigos do ambiente e culturalmente saudáveis (Aramberri,1991).

O turismo jovem também pode ser apresentado como um campo de interesse internacional tanto para políticos como para investigadores. Taiyab (2005) e Moisã (2007) referem que após a primeira conferência internacional da organização de turismo sobre o turismo jovem na Nova Deli em 1991, as associações têm vindo a realizar estudos sobre os impactos deste mercado. Alguns relatórios apontam os jovens como pessoas que gostam de repetir as suas viagens e de ter novas experiências (Taiyab, 2005). Por exemplo, a OMT & WYSE Travel Confederation (2008) referiram que 58% das pessoas que pediram vistos de residência para a Nova Zelândia já tinham estado como visitantes e outros em férias de trabalho.

As grandes preferências dos jovens, no que diz respeito ao mercado turístico, direcionam-se para os países da Europa (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008), como Espanha, França, Alemanha e Grã-Bretanha, outros países estão a emergir tal como a Austrália, a Tailândia, o Brasil e a Inglaterra (Moisã, 2008).

Apesar dos vários aspetos positivos que tem o turismo jovem alguns países ainda não criaram políticas de mercado específicas mostrando uma falta de atenção e de interesse perante a atividade. Richards (2005, p. 95) refere que: (i) apenas um terço dos países têm normas sobre o turismo jovem; (ii) menos de um terço recolhe estatísticas sobre este ramo; (iii) apenas um quarto tem diretivas para o desenvolvimento de produtos; (iv) e menos de um terço tem uma política de marketing direcionada para este público.

O turismo jovem está se a tornar cada vez mais essencial para muitos países e não por ser exclusivamente devido aos ganhos económicos (Moisã, 2008), uma vez que esta prática:

*“(...) é uma ferramenta poderosa para a promoção da paz e da boa vontade entre as nações e comunidades, integração regional e intercâmbio cultural, (...) e ainda pode ser usado para capacitar a juventude na promoção do orgulho na sociedade, na redução de males sociais e na revitalização de bens como no reavivar do interesse cultural”.* (Taiyab, 2005, p. 12)

### **2.3.2 Formas e categorias do turismo jovem**

Um dos efeitos do crescimento do turismo jovem encontra-se relacionado com uma procura mais clara e definida da prática turística constituindo nichos de mercado dentro da própria atividade.

De acordo com o quadro 2.1, Moisã (2010 a) identificou cinco formas de turismo jovem, como: o turismo educacional, os programas de voluntariado, os programas de trabalho e viagem, as trocas culturais e turismo desportivo e de aventura.

Richards (2005), por outro lado identifica outras formas de turismo como o turismo estudantil, programa de línguas, o turismo voluntário e o “*backpacker*”.

A OMT & WYSE Travel Confederation (2008) referem apenas quatro formas em relação a Richards, deixando o turismo voluntário e as trocas culturais de fora.

Outros autores identificam muito sucintamente a existência de outros tipos de turismo, destacando apenas o turismo voluntário, o turismo educacional e os programas de línguas.

**Quadro 2.1 - Várias formas de turismo jovem**

<b>Autores</b>	<b>Moisã, 2010 (a)</b>	<b>Richards, 2005</b>	<b>OMT &amp; WYSE Travel Confederation, 2008</b>	<b>Departamento de Turismo da Cidade de Cape, 2010</b>
<b>Formas de turismo jovem</b>	Turismo Educacional	Turismo Estudantil	Turismo Estudantil	Turismo Estudantil
		Programas de Línguas	Programas de Línguas	Programas de Línguas
	Programas de Voluntariado	Turismo Voluntário	-	Turismo Voluntário
	Turismo de Aventura e Desporto	-	-	-
	Programas de Viagem e Trabalho	-	Programas de Viagem e Trabalho	-
	-	Turismo "Backpacker"	Turismo "Backpacker"	Turismo "Backpacker"
	Trocas Culturais	-	-	-

**Fonte:** Elaboração Própria

O turismo educacional ou turismo estudantil é uma prática que se encontra relacionada com o movimento de pessoas jovens no ensino superior (Departamento de Turismo da Cidade de Cape, 2010; Richards, 2005).

Quanto ao turismo voluntário ou programas de voluntariado pode ser visto como uma forma de turismo que utiliza os jovens para financiar ou trabalhar diretamente em projetos e áreas em qualquer parte do mundo (Wearing, 2001).

Os programas de trabalho e viagens permitem aos jovens combinar a experiência da viagem com o trabalho. Estes programas são principalmente direcionados para jovens estudantes e para jovens que se encontrem a realizar um ano de sabática entre a secundária e a universidade (Moisã, 2010 a).

No que diz respeito aos programas de aprendizagem de línguas os turistas são geralmente os mais novos entre os jovens e o seu período de estudo vai desde cinco às seis semanas (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008).

O turismo de desporto e aventura é um outro tipo do turismo jovem que permite aos jovens praticar atividades no meio da natureza e ainda satisfazer as suas necessidades

no que diz respeito às formas de gastar o tempo de lazer. Permite ainda desenvolver a personalidade dos jovens, descobrir novos territórios, novas culturas e diferentes modos de vida (Moisã, 2010 a).

O turismo “*backpacker*”<sup>1</sup> é reconhecido por muitos agentes do sector como o coração do turismo jovem refletindo uma tradição de longas viagens independentes entre jovens de vários países (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008).

Os intercâmbios culturais ou nichos de trocas culturais têm impactos significativos nas atitudes dos turistas. Esta atividade é realizada por jovens de diferentes países induzindo-os num sentido de tolerância e compreensão cultural (Moisã, 2010 a). As trocas culturais são, muitas vezes, influenciadas pelos objetivos das políticas de juventude de cada país. Por exemplo, em Portugal umas das prioridades em termos de políticas de juventude passa pela promoção e estímulo da mobilidade geográfica dos jovens tanto no país como nos restantes países da Europa, através do desenvolvimento do conhecimento da cultura, da natureza e da história (Richards, 2005; Moisã, 2010 a).

As várias formas do turismo jovem adaptam-se à heterogeneidade de sujeitos que compõem a atividade e têm como objetivo a satisfação das necessidades e expectativas individuais, assumindo estilos pessoais de viagem. Apesar da diversidade existente, certas características podem ser “*adotadas por vários grupos de jovens viajantes*” (Boukas, 2008). Outros autores para contornar esse problema criaram categorias subjacentes aos estilos de viagem.

### **2.3.2.1 Categorias do turismo jovem**

Independentemente da sua tipologia o turismo jovem é um mercado bastante complexo repleto de características que fazem parte dos estilos de viagem. Segundo Schönhammer (1992) existem três categorias de turismo jovem: (i) viajar com a família; (ii) turismo jovem organizado; (iii) e turismo jovem desorganizado.

Nas viagens com a família durante as férias o autor indica que os jovens são infantis e os adultos sentem uma grande fonte de tensão devido às excessivas regras que são obrigados a aplicar.

---

<sup>1</sup> Definição de “*Backpacker*” – “*é um visitante que fica pelo menos uma noite em residenciais/alojamentos para mochileiros durante a sua viagem. Os visitantes não precisam de permanecer todas as noites numa acomodação específica para backpackers, podendo ficar em outros tipos de alojamento*” (Departamento de Turismo da Cidade de Cape, 2010, p.10).

No turismo jovem organizado, os indivíduos tornam-se mais livres e independentes dentro de determinadas medidas de segurança e proteção, aqui os adultos encontram-se sempre presentes exercendo pressão, controlo e vigilância. A pequena liberdade que os jovens aparentam ter nesta categoria permite-lhes desenvolver novos contactos.

No turismo jovem desorganizado os jovens têm maior liberdade nas suas ações e no contacto com outras pessoas. Nesta categoria o controlo dos adultos é inexistente mas o nível de risco associado à segurança é maior.

Já Taiyab (2005) apresenta dois tipos de categorias para a prática do turismo jovem designadas de “*viajantes em grupo*” e de “*viajantes independentes*”. No primeiro caso podemos ainda subdividi-lo em mais duas subcategorias, o “*turismo jovem baseado nas escolas*” e o “*grupo de turismo jovem não baseado nas escolas*”. Apesar da sua denominação simplista, conseguimos à primeira vista perceber a diferença entre estas duas classes, sendo a primeira baseada em viagens e atividades curriculares relacionadas com escolas e grupos desportivos e a segunda por grupos exteriores às organizações escolares como os clubes de jovens e de escuteiros. As atividades desenvolvidas em ambas as tipologias, segundo o autor, são sempre realizadas em grupo e supervisionadas por professores e por responsáveis. Quanto à segunda categoria denominada de “*viajantes independentes*”, pode ser também identificada como “*backpacker*”.

Devido às semelhanças entre estas duas denominações, não pretendemos excluir a hipótese de que os turistas individuais poderão ser “*backpackers*”. Independentemente da categorização por autor, o nosso foco será para os jovens viajantes independentes ou o turismo jovem desorganizado, porque é esse o tipo de turista que se enquadra no perfil que se pretende analisar.

### **2.3 Perfil do turista jovem**

Alguns estudos realizados na área pela OMT & WYSE Travel Confederation (2008) em 2002, 2006 e 2007 permitiram identificar o perfil do turista jovem como um indivíduo com um alto nível de educação mas relativamente pobre.

Quanto à terminologia dos turistas jovens foi também identificado por esses estudos a forma como os jovens gostariam de ser reconhecidos. Em primeiro lugar encontrava-se o

“*viajante*”<sup>2</sup>, seguido do “*backpacker*” e por último de “*turista*”<sup>3</sup> (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008). Vários foram os motivos para as suas escolhas: os “*backpackers*” consideravam-se aventureiros, destemidos e sociáveis; os “*viajantes*” deslocavam-se por razões sociais como a visita a amigos e familiares; e os “*turistas*” pretendiam apenas relaxar.

Na generalidade, os jovens são vistos e aceites com uma personalidade distinta com necessidades especiais e uma variedade de motivações e comportamentos heterogéneos.

### **2.3.2 Comportamentos e motivações**

Determinados comportamentos podem ser influenciados pelos destinos, pelo ambiente e pela própria cultura (como normas e valores socioculturais) (Carr, 2002 a).

De acordo com Debbage (1991) os turistas jovens alteram o seu comportamento quando estão de férias, em relação àquele que têm quando estão num ambiente familiar, desenvolvendo uma conduta mais aventureira e desinibida. O comportamento pode ser identificado ou categorizado da seguinte maneira: de natureza alocêntrica (o turista é aventureiro, curioso, confiante); e de natureza psicocêntrica (em que o turista tem exatamente o comportamento oposto) (Hoxter & Lexter, 1988).

Já Laing (1987) refere que à medida que a distância entre o local de residência e o destino de férias aumenta, o jovem desenvolve um comportamento passivo. Este comportamento é caracterizado pelos baixos níveis de atividade e de interação com a população local. Alguns estudos realizados pela OMT & WYSE Travel Confederation (2008) referem que as atividades desenvolvidas, durante as viagens dos jovens encontram-se relacionadas com ocupações quotidianas, por exemplo, andar às compras ou ficar sentados em cafés. O estudo refere ainda que estas atividades, consideradas passivas ou monótonas, podem estar relacionadas com o desejo dos jovens em experimentar a vida dos autóctones, absorvendo a atmosfera do lugar através da permanência em espaços locais.

Eiser & Ford (1995, p. 326) afirmam que “*cada um é visto como um indivíduo diferente quando está de férias, menos constrangido pelas exigências e pelas suas obrigações interpessoais*”. Contudo, nem todos os autores concordam com esta ideia, referindo que

---

<sup>2</sup> Viajante – É alguém que se move entre diferentes localizações geográficas por qualquer motivo ou duração (OMT, 2013)

<sup>3</sup> Turista – É alguém que viaja para um destino por menos de um ano com o objetivo de lazer, trabalho ou outro propósito pessoal e pernoita no destino (OMT, 2013)

nem o destino nem a distância influenciam na totalidade o comportamento dos jovens turistas. Segundo o estudo realizado por Carr (2002 b) os jovens apresentam algumas diferenças nos seus comportamentos, desenvolvendo atitudes similares às da sua área de residência durante as férias.

Só que o turista comporta uma certa quantidade de “*bagagem cultural*” que simplesmente não pode ser deixada em casa e que acaba por influenciar os seus comportamentos. Este “*modo de relaxamento*” pode levar a atitudes inapropriadas no destino. Segundo a *Tourism Review Magazine* (2010) a prática de turismo jovem pode deixar marcas profundas entre convidados e anfitriões reforçando a ideia de estereótipos. Determinadas atitudes, alguns estilos de roupas, sexo ou drogas por parte dos turistas jovens podem levar a situações incómodas. De forma a prevenir estas situações os jovens devem recolher, antecipadamente, informação sobre a cultural local.

Por outro lado também temos os fatores culturais que podem provocar variações no comportamento principalmente se associado a formas de risco, por exemplo, fazer uma refeição local, ou expor-se a situações estranhas. O risco é muitas vezes percebido e apresentado como uma situação a evitar (Maoz, 2007). O turista jovem ao consciencializar-se do local onde se encontra inibe ou desinibe o seu comportamento. Nessa linha de pensamento Moisã (2010 b, p. 639) refere que “*os turistas jovens são muitas vezes alvo de agressores, especialmente as mulheres, mas nem todas as regiões do mundo enfrentam essa realidade*”.

O facto de se sentirem seguros faz com disponham de uma agradável viagem e de um nível de satisfação elevado (Babin & Kim, 2001). A satisfação ou insatisfação é conceptualizada e operacionalizada especialmente a partir dos resultados das experiências das viagens, mesmo que sejam induzidas pela procura de algo diferente.

Por vezes essa busca não acontece, obrigando os jovens a ficarem rodeados por uma “*bolha ambiental turística*” que os impossibilita de procurar a novidade e a aventura (Fuchs, 2011). Os lugares tornam-se familiares em locais completamente distintos e nem sempre são realizadas ou satisfeitas as suas necessidades devido a problemas relacionados com a verdadeira falta de contacto com a população local (Hotola, 2005) .

É universalmente aceite que os turistas comportam-se de uma forma mais relaxada e menos comedida quando estão de férias do que na sua área de residência (Carr, 1999). Ryan & Robertson (1997) referem que só o facto de os jovens “*estarem de férias*” ser considerado uma forma de desinibição, certas motivações pessoais podem influenciar o

comportamento dos jovens, permitindo aos indivíduos comportarem-se de uma forma diferente quando estão em casa e também de uma forma diferente nos destinos sem desenvolver aquele comportamento mais “*selvagem*” que se poderia esperar. De facto a premissa do turismo jovem é permitir aos jovens a realização de viagens de forma a se tornarem adultos responsáveis.

Ross & Iso-Ahola (1991) referem que as motivações e as satisfações estão interligadas possibilitando a compreensão dos comportamentos turísticos desenvolvidos pelos turistas jovens. Segundo o estudo realizado por Kim & Jogaratnam (2003) as motivações variam de acordo com o segmento de mercado. Assim, no caso dos turistas jovens a viagem passa a ter como objetivo o desenvolvimento de “*novos conhecimentos*”.

As motivações podem ser abordadas de duas maneiras, segundo Mohsin & Ryan (2003): o desejo de viajar identificado por fatores “*push*”, e a escolha dos destinos relacionado com os fatores “*pull*”. Dann (1977 citado por SooCheong & Liping, 2002) refere que estes fatores poderão estar interligados com as decisões necessárias para realizar as viagens, onde os fatores “*push*” são internos ao sujeito e instalam o desejo da viagem, e os fatores “*pull*” são externos ao individuo e afetam o “*quando*”, “*o como*”, o “*onde vão*” e “*iniciam*” o desejo da viagem. SooCheong & Liping (2002, p. 114) reforçam esta ideia afirmando que “*as pessoas viajam porque são empurradas - push - pelas suas forças internas e puxadas - pull - pelas forças externas*”. Nessa perspetiva, podemos afirmar que no turismo jovem os fatores “*push*” estão relacionados com o desenvolvimento pessoal como fator motivacional (a busca de conhecimentos), enquanto aos agentes “*pull*” estão relacionados com a procura por áreas rurais. Pastor (1991) refere que este tipo de turista desorganizado e independente acaba por direccionar-se para subáreas urbanas.

Crompton (1979) refere ainda a existência de duas motivações: a primeira relacionada com as motivações sociopsicológicas que descreve o desejo de ir de férias e a segunda relacionada com as motivações culturais, como o desejo pela novidade e educação interligado com a escolha do destino.

Segundo Moisã (2010 b; 2007) as principais motivações do turista jovem são: explorar outras culturas (em busca do conhecimento), visitar atrações populares, monumentos culturais e conhecer os moradores locais. Outras motivações podem estar presentes, de acordo com o estudo realizado pela OMT & WYSE Travel Confederation (2008), como a diversão e o relaxamento.

A viagem pode ainda abranger um “*mix*” de diferentes fatores motivacionais que poderão estar relacionados com a busca de novas experiências e com a necessidade de encontrar diferentes níveis de excitação (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008). Segundo Loker-Murphy & Pearce (1995) esta situação poderá estar relacionada com a existência de um equilíbrio entre o grau de novidade e de familiaridade que os destinos oferecem, como verificamos anteriormente denominado de “*bolha ambiental turística*”. Com o objetivo de contornar a situação (a procura constante por novas experiências e a familiaridade) os jovens iniciam uma “*carreira turística*”. Este percurso é feito através da visita a vários destinos durante a mesma viagem. As autoras SooCheong & Liping (2002) referem que os turistas variam o estilo da sua carreira turística dependendo da situação da viagem.

Apesar dos jovens se revelarem “*viajantes destemidos*” (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008, p. 27) existem problemas ou situações que os impedem de viajar, como por exemplo, quando os destinos apresentam uma alta taxa de criminalidade, nestes casos os jovens sujeitam-se às condições e como consequência são levados a comportar alguns níveis de ansiedade.

Independentemente das motivações dos turistas jovens para realizar as viagens e os comportamentos desenvolvidos, esta atividade apresenta benefícios que se encontram relacionados com as atitudes e os valores dos sujeitos. Segundo os estudos realizados pela OMT & WYSE Travel Confederation (2008) as viagens proporcionam aos jovens uma vontade de viajar mais, de aprender sobre outras culturas, de criar uma consciência sobre as diferenças culturais, de ter uma oportunidade para mudar os seus estilos de vida, de reavaliar os seus objetivos de carreira e de viajar de forma verdadeiramente independente. A WYSE Travel Confederation (2011) acrescenta ainda benefícios de aquisição de habilidades linguísticas e pessoais, a autoconfiança, a abertura de novos horizontes e de novas carreiras.

### **2.3.3 Outras características**

A análise do perfil do turista jovem não é apenas baseada em motivações e comportamentos, outras características devem ser apresentadas e tidas em conta para melhor se perceber qual o padrão deste tipo de turista, tais como: a duração das viagens, a fonte de informação utilizada, os serviços de reserva consultados, os meios de transporte utilizado, quais as atividades desenvolvidas, qual o valor total despendido e qual o modelo de alojamento mais utilizado.

### **2.3.3.1 Duração das viagens**

Os períodos de permanência dos turistas jovens são, regra geral, mais elevados que os períodos realizados pelas restantes práticas do turismo, em média rondam os 3-4 dias (Moisã, 2010 a). As longas estadias estão relacionadas com as motivações e atividades dos jovens. Moisã (2010 a, p. 578) reforça esta ideia e refere que os jovens “*que viajam por longos períodos de tempo são motivados pela prática de diferentes tipos de turismo apresentando uma estadia prolongada no destino (...) o que indica que os jovens viajam por mais tempo que os outros turistas*”.

Os períodos de permanência variam entre 6 dias a alguns meses (180 dias). Segundo o estudo realizado pela OMT & WYSE Travel Confederation (2008) os jovens realizam em média uma viagem curta e uma viagem longa por ano. Quanto às viagens concretizadas para fora das suas áreas de residência o estudo indicou mais de 7 ao longo da sua “*carreira turística*”, apesar das viagens de curta duração terem aumentado significativamente.

### **2.3.3.2 Fontes de informação, serviço de reservas e meios de transporte**

Os jovens antes de viajar consultam uma variedade de fontes de informação que permite aumentar os níveis de satisfação no destino como: o preço, a qualidade do produto ou serviço e a oferta de descontos (relacionados com os meios de transporte e alojamento). Segundo a OMT & WYSE Travel Confederation (2008), a internet é a fonte principal que os jovens utilizam para as suas pesquisas, seguida da família e amigos, e por fim as agências de viagem e os postos de turismo. Os jovens menos experientes confiam nos amigos, nos familiares e nos agentes de viagens para obterem informações, enquanto os mais experientes recorrem à internet.

Para as reservas dos serviços de alojamento e meios de transporte (aéreo e terrestre) a internet continua a ser o principal recurso, seguido dos agentes de viagem (Moisã, 2010 b).

Quanto aos métodos de transporte mais utilizados para chegar ao destino são o autocarro, o carro particular e o comboio (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008). Em relação aos meios utilizados no destino destaca-se o metro, o comboio, a bicicleta, as caminhadas e os transportes públicos (Timothy & Teye, 2009).

### **2.3.3.3 Atividades**

As três principais atividades que os jovens gostam e preferem desenvolver nas suas viagens são: (i) visitar atrações turísticas populares; (ii) visitar atrações culturais; (iii) e conhecer pessoas locais (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008). Em adição a essas atividades, Moisé (2010 b) acrescenta que os jovens visitam áreas consideradas não turísticas ou áreas com pouca importância em termos de turismo. Loker-Murphy & Pearce (1995) salientam a questão cultural das atividades e referem que as grandes preferências dos turistas jovens encontram-se voltadas para experiências relacionadas com o turismo cultural e de natureza, como por exemplo visitar teatros e concertos, atividades “*outdoor*”, museus de “*folk*” ou parques históricos, e outros tipos de museus e galerias.

### **2.3.3.4 Alojamento e despesas efetuadas**

Os jovens só podem ser considerados turistas se passarem pelo menos uma noite no destino (Moisé, 2010 b). Segundo Richards (2011) o crescimento deste tipo de atividade é registado a partir da ocupação dos diversos tipos de alojamento, como as pousadas de juventude, pensões, residenciais, dormitórios estudantis e parques de campismo.

A escolha dos locais encontra-se relacionada com os baixos orçamentos de que dispõem os jovens, como por exemplo, sistemas de deslocação económicos e acomodações baratas (Loker-Murphy & Pearce, 1995). Já Moisé (2010 b) refere que a escolha do alojamento está relacionada com a motivação da viagem: os que ficam alojados em dormitórios procuram aventuras, conhecer novas pessoas e ter companheiros de viagem, enquanto os que ficam alojados em hotéis procuram atmosferas calmas, descanso e relaxamento e os que ficam em casas de familiares ou amigos procuram reforçar relações sociais.

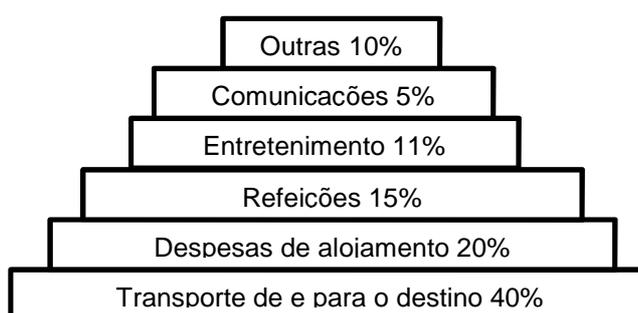
**Tabela 2.4- Alojamento utilizado na maioria das viagens, 2007 (%)**

Alojamento	Percentagem (%)
Pousada	61,5
Hotel	47,6
Ficar com amigos e familiares	36,1
Pensões, casas de hóspedes...	19,9
<i>Bed &amp; Breakfast</i> / casas com quartos privados	18,9
Alojamento para férias	11,5
Tenda / Caravana	12,1
Outros	8,9
Autocaravana	3,7

**Fonte:** OMT & WYSE Travel Confederation (2008, p.21)

Independentemente do motivo de escolha e da variedade de acomodações existentes são as pousadas de juventude que os jovens mais procuram. Em 2007 estas tiveram 60% da ocupação em relação aos outros modelos de alojamento como se pode verificar a partir da tabela 2.4.

No que diz respeito à média da despesa total despendida pelos turistas, segundo a OMT & WYSE Travel Confederation (2008) em 2007 foi registado um valor de \$2600 por jovem equivalente €1942 (Richards & Wilson, 2003). Desse valor 40% foi para transporte, 20% para o alojamento, 15% para alimentação e 11% para atividades e entretenimento, ficando o restante para as comunicações e outros gastos (Moisã, 2010 a) como se pode observar a partir da figura 2.5. Regra geral, a grande porção do orçamento é gasto no destino, principalmente nos meios dos transportes e no alojamento.



**Figura 2.5 - Estrutura Orçamental do Turista Jovem**

**Fonte:** Moisã, (2010 a, p.577)

## 2.4 As pousadas de juventude e os jovens

Hoje em dia existe uma variedade de pousadas (“*hostels*”): as pousadas para peregrinos religiosos e as de juventude para acomodação individual de turistas (Timothy & Teye, 2009) entre outras.

As pousadas podem ser vistas de duas perspectivas: (i) as pousadas independentes; (ii) e as pousadas associadas ao “*Hostelling Internacional*”<sup>4</sup> (HI atualmente conhecido por IYHF – Federação Internacional das Pousadas de Juventude) (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008). O nosso foco é para a última categoria, porque é aquela que está relacionada diretamente com as preferências do turista jovem.

A utilização das pousadas de juventude apresenta algumas vantagens, tais como: (i) a partilha das experiências entre turistas devido ao seu ambiente único de multiculturalismo, (ii) as facilidades disponibilizadas, a troca de livros (Timothy & Teye, 2009); (iii) o alojamento de baixo-custo; (iv) o ambiente agradável, calmo e confortável; (v) e os empregados simpáticos (Murphy, 2001). Apesar das diversas vantagens estas possuem algumas desvantagens, como: (i) a falta de privacidade; (ii) a partilha de quartos com pessoas estranhas; (iii) o furto de artigos como câmaras e relógios; (iv) o barulho que muitas vezes é provocado por grupos ou pelas entradas tardias e as saídas precoces dos turistas; (v) e pela partilha de doenças ou de infeções que podem ser transmitidas nos dormitórios (Timothy & Teye, 2009).

### 2.4.2 Origem e evolução das pousadas de juventude

Sem antes apresentar as características das pousadas de juventude é necessário identificar a sua origem, afinal como surgiram estes estabelecimentos?

No século XVI a “*pousada*” estava associada às estalagens e aos albergues utilizados pelos “*viajantes*” na procura de trabalho, reaparecendo mais tarde no século XIX através da criação do movimento de jovens contra a vida dura das cidades industriais da Europa em forma de coletividades como a “*Associação Cristã de Homens Jovens*” (YMCA) e a “*Associação Cristã de Mulheres Jovens*” (YWCA) criadas em Londres em 1844 e 1855

---

<sup>4</sup> *Hostelling International* ou *International Youth Hostel Federation* – uma organização sem fins lucrativos que promove o intercâmbio de jovens, as experiências, as viagens e atividades de “*outdoor*”. É uma das maiores redes de pousadas com associações nacionais e regionais. A *Hostelling International* é uma imagem de marca que apresenta determinados níveis de qualidade relacionado com normas de incêndio, conforto, higiene e de classificação. Muitos turistas jovens preferem apenas pernoitar em pousadas HI porque já sabem o que estas pousadas oferecem (Timothy & Teye, 2009)

(Loker-Murphy & Pearce, 1995). Posteriormente mais centros similares a estes começaram a difundir-se por toda a Grã-Bertanha permitindo aos jovens realizar atividades e ficarem alojados a custos relativamente baixos.

Ainda no século XIX na Alemanha deu-se um “boom de caminhantes” conhecidos por “*Homeland and Rambling*”, o que permitiu abrir a zona montanhosa do país através da criação de trilhos pedestres, da construção de dormitórios e clubes (Loker-Murphy e Peace, 1995). O seu crescimento possibilitou a publicação de guias e mapas locais. Os jovens iniciaram visitas ao interior do seu país dando origem a um dos movimentos que ajudou a germinar o turismo jovem.

Em 1909 o professor alemão Richard Schirrmann persuadiu vários docentes a deixarem utilizar as escolas como dormitórios durante as épocas festivas. Mas a primeira pousada de juventude foi criada em 1910 num antigo castelo. Nessa altura os hóspedes ficavam encarregues de cuidar da pousada: cozinhavam, limpavam e faziam trabalhos de quintal (como jardinar) de forma a ajudar a pagar as despesas (Timothy & Teye, 2009). Hoje em dia este modelo encontra-se em vigor em algumas regiões mas já não é tão comum.

A Associação das Pousadas de Juventude (YHA) foi criada 9 anos mais tarde permitindo apurar os níveis de ocupação. Em 1920 a associação registou 186 mil dormidas e em 1932 tinha mais de 2000 pousadas de juventude na Alemanha e mais de 4,5 milhões de pernoitas. Atualmente a rede dispõem de 5300 pousadas e registam uma média de 36 milhões de dormidas anuais (Loker-Murphy e Peace, 1995). Com este desenvolvimento as pousadas de juventude tornaram-se internacionais, não só através da sua propagação pelos diversos países da Europa, como Polónia, França, Bélgica, Holanda, Portugal entre outros, como também, através da sua proliferação por *sites* de reservas oficiais (i.e Hostelbookers; Hostelworld, Hihostels, GoMio). Em média as pousadas obtêm 29% das suas reservas através de *sites* e regra geral “o número de reservas realizadas pela internet cresceu significativamente de 10% em 2002 para quase 50% em 2007” (OMT & WYSE Travel Confederation, 2008, p. 16).

### **2.4.3 Características das pousadas de juventude**

As pousadas de juventudes são consideradas alojamentos de baixo custo, tornando-se apelativas aos vários tipos de viajantes e não exclusivamente à juventude. No passado a situação era diferente, pois só pernoitavam nos estabelecimentos da YHA os turistas que fossem portadores de cartão de sócio. Situação que se repercutiu nos estabelecimentos

da YWCA e da YMCA. A utilização das pousadas era restrita às pessoas com mais de 26 anos (Timothy & Teye, 2009), situação que atualmente já não se verifica devido às necessidades da procura. Dams (2008) refere que muitos jovens pretendem combinar todas as “*facilidades*” das pousadas de juventude, com os preços baixos, com as interações sociais e com o conforto. A YHA (2010) menciona que “*os jovens pretendem quartos pequenos, melhores casas de banho e chuveiros - o conforto e toda a conveniência do mundo moderno*”.

Assim os turistas jovens só ficam satisfeitos se aquilo que receberem for pelo menos tão bom como o que imaginaram (Nash, Thyne, & Davies, 2006). Uma das maneiras que as pousadas encontraram para trabalhar a perceção dos jovens foi através da aplicação de níveis de qualidade nos estabelecimentos a partir de sistemas de classificação (Nash, Thyne, & Davies, 2006; Dams, 2008). Estes sistemas são similares à classificação das estrelas dos hotéis atribuídos pelo governo do respetivo país. Mas nem todas as pousadas de juventude dispõem de sistemas de avaliação governamentais, optando noutros casos, por sistemas de avaliação dos próprios turistas através de críticas realizadas em *sites* da internet.

As pousadas de juventude oferecem e colocam à disposição do público serviços e comodidades com base nos níveis de qualidade e no grau de classificação atribuídos pelo sistema de avaliação. Verifica-se o caso da oferta de pacotes turísticos e da prática de descontos de forma a atrair uma maior variedade de turistas e a aumentar os seus períodos de permanência (Dams, 2008).

As características são variadas e passam pela: diversificação, quantidade e tipologia de quartos partilhados e privados, existência de bar e/ou restaurante (Dams, 2008); lavandaria, cozinha, internet e serviços de refeição (Moisã, 2010 b) entre outros. É a partir da execução destes atributos que o turista pode sentir se o serviço foi satisfatório. A satisfação é definida, por Oliver (2010, p. 8) como “*o julgamento da característica de um produto/serviço, ou produto ou serviço em si, providenciado (...) a um nível de prazer – relacionado com a satisfação incluindo níveis de satisfação plena até insatisfação*”.

Para além dos sistemas de classificação e dos serviços, as pousadas podem ser divididas em categorias, por exemplo a Federação Holandesa<sup>5</sup> desenvolveu: (i) o mar; (ii) o campo; (iii) e a cidade (Dams, 2008).

Independentemente da tipologia, do nível de qualidade dos serviços e dos atributos os jovens turistas vão sempre preferir as pousadas de juventude porque “as suas decisões não são baseadas apenas dos preços baixos, mas também em fatores como o ambiente, o divertimento, a camaradagem e o contacto com outros turistas” (Dams, 2008, p. 30).

#### **2.4.3.1 Ambiente das pousadas de juventude**

As pousadas de juventude dispõem de um ambiente característico revestido pela informalidade, pelo contacto entre turistas e por uma relação personalizada entre estes e os funcionários do estabelecimento. O “ambiente” é composto por determinados serviços como piscinas, mesas de *snooker* e áreas comuns (Murphy, 2001), *wi-fi*, chuveiros e bares internos (Departamento de Turismo da Cidade de Cape, 2010).

De acordo com Murphy (2001) os aspetos mais importantes passam: (i) pela simpatia dos funcionários; (ii) pelo bom ambiente social (tornando-se numa mais valia para os estabelecimentos localizados em áreas remotas); (iii) pelo sistema de limpeza (aumentando o conforto dos turistas); (iv) e pela decoração de determinadas áreas como dormitórios, áreas de restauração, áreas de TV, quartos comuns e áreas exteriores permitindo transmitir uma sensação de segurança e de familiaridade através da conceção de um estilo “caseiro”.

Com estas características as pousadas tornaram-se em estabelecimentos de qualidade, permitindo o aumento de preços dentro das expectativas dos jovens.

Em resumo as pousadas de juventude apresentam-se no mercado como alojamento preferencial dos jovens devido às suas facilidades e ao ambiente multicultural. Quanto ao turismo jovem, este é um mercado em crescimento traduzido por vários impactos.

---

<sup>5</sup> Tradução do termo - *Dutch Federation*

## Capítulo III- O Turista Jovem e o Turismo “*Cultural-Rural*”

### 3.1. O turista jovem e outras formas de turismo

Visitar atrações e participar em atividades culturais e naturais são algumas das razões mais importantes que levam os jovens a viajar. Para estes o turismo proporciona uma oportunidade de desenvolvimento cultural. A prática simplificou-se e a atividade turística passou a ser vista como uma “*ida agradável à escola*”, onde as atividades que melhoram o conhecimento e aumentam os valores sociais são desenvolvidas pelos jovens (Moisã, 2007).

De maneira a sustentar a prática da atividade turística jovem surgiram as pousadas de juventude como modelo de alojamento. Schirrmann pretendia criar uma rede de alojamentos a baixo custo localizados em áreas rurais “*onde os mais jovens estavam sujeitos a um certo rigor, onde o ascetismo reinava, longe da grande cidade e sobre os olhares atentos dos seus administradores*” (Dams, 2008, p. 8).

A procura por atrações e atividades culturais em áreas rurais possibilita uma ligação entre o turismo cultural e o turismo rural. Apesar dos turistas culturais e rurais serem apresentados como um “*tipo de turista*” que ostenta altos rendimentos, elevados níveis de educação e, em alguns casos, uma idade já avançada, a prática e a procura por este tipo de atividades não atrai apenas a atenção dos mais velhos, mas também a dos mais novos, como é o caso dos turistas jovens. O estudo de Misura (2006 citado por Boukas, 2008) indica que 27,3% dos que visitam património cultural e natural encontram-se entre os 15 e os 34 anos.

Existe muitas similaridades entre os turistas culturais e rurais com os turistas jovens, principalmente devido aos fatores motivacionais relacionados, no caso do primeiro com o desejo de praticar atividades turísticas culturais e no caso do segundo com a procura pela autenticidade e por experiências diferentes (Pérez, 2009). No entanto, todos apresentam uma motivação em comum que se encontra relacionada com a prática da atividade turística, como a vontade de explorar outros lugares.

### 3.2. O património e os produtos turísticos

O desenvolvimento do turismo levou à segmentação do próprio setor criando atrações nos destinos que apelam aos gostos dos vários turistas. Entende-se por destino turístico como um espaço físico que inclui produtos, serviços, atrações e recursos ao dispor dos visitantes, apresentando limites físicos e administrativos, incluindo a pernoita do visitante (OMT, 2004). Dentro dos próprios destinos encontra-se o “*lugar*”, terminologia muitas vezes confundida com “*destino*” (Stange et al, 2010).

Independentemente da sua nomenclatura, os jovens viajam para “*lugares ou destinos*” atraídos pelo património com o objetivo de interagir com a comunidade, visitar atrações e desenvolver atividades. Nas sociedades modernas “*as pessoas que consomem o património satisfazem as suas necessidades pelo passado*” (Boukas, 2008, p. 24). Os destinos são compostos por património que viram atrações aos olhos dos seus consumidores. As atrações podem ser um “*objeto, pessoa, lugar ou conceito que atrai as pessoas, quer geograficamente ou por meios eletrónicos remotos para que elas possam ter uma experiência*” (Stange et al, 2010, p. 4).

O conceito de “*património*” surgiu no século XIX (Mesquita, 2011), atualmente o termo define todos os recursos de uma região que se herdaram, podendo ser bens mobiliários, imobiliários ou capitais e tem como objetivo interligar gerações através das heranças transmitidas de forma temporal permitindo a sobrevivência de classes sociais (Becerra, 1997). A herança ou património apresenta-se como um valor de diferentes identidades culturais que constituem as diversas sociedades, podendo ser compostas por uma panóplia de conceitos.

Becerra (1997) apresenta o património como um conceito que inclui variáveis tangíveis e intangíveis. Os aspetos intangíveis são identificados como imateriais, carecem de regulamentação jurídica e incluem crenças, valores éticos e comportamentos de uma sociedade ou classe que consideram importantes, permitindo transmiti-los aos seus descendentes. Quanto aos aspetos tangíveis do património, estes podem ser monumentais e artísticos como ambientes, culturais e naturais, lugares ou edifícios.

Outras definições podem ser apresentadas sobre o património, a UNESCO (Nações Unidas para a Educação e a Cultura, 1972) categoriza dois tipos de património, o natural e o histórico. Porém, um destino pode ter mais do que um tipo de património, por exemplo uma área rural pode conter um castelo como património histórico e uma área

paisagística como património natural representando nesta caso a tangibilidade e intangibilidade do património.

Para este trabalho a identificação do perfil do turista jovem passa também pela análise à componente tangível do património cultural com base no nível de satisfação do sujeito, enquanto o património natural será entendido como o espaço rural.

A relação entre o património e o turismo permite a criação de um produto impulsionador e direcionado com o objetivo de oferecer uma experiência única ao consumidor. O património e os seus componentes (atrações) podem ser alterados até serem compostos num produto turístico (Boukas, 2008). E este produto pode ser composto por componentes tangíveis e intangíveis, e ainda por atrações, comodidades e acessos (Fernández, 2007). As atrações, aspeto principal do produto, são aquelas que levam os turistas a viajar e a procurar novas experiências. Quanto às comodidades podem ser identificadas como serviços ou produtos que levam à satisfação das necessidades dos turistas. Já os acessos são os meios de transporte que os turistas utilizam para se deslocarem de lugar para lugar.

O património cultural e natural tem três formas de se integrar num produto turístico, através das atrações, das comodidades e da combinação de ambos (Fernández, 2007). O património como atração pode ser identificado através de edifícios, áreas monumentais ou naturais e eventos. Quanto ao património como comodidade está relacionado com o alojamento, restauração, entretenimento entre outros. A combinação de ambos é a melhor perceção do património como produto turístico permitindo “associar [o turista] à atividade turística” (Fernández, 2007, p. 27) e à diversificação do mercado (McManus, 1997).

Os legados naturais e culturais podem compor práticas de turismo distintas, como o turismo cultural e rural até que a sua fusão permita a criação de um produto tão autêntico como é o caso do “*cultural-rural*”. Esta atividade pode ser entendida de várias maneiras: como uma prática que permite às pessoas realizar atividades relacionadas com o modo de vida do campo e com os afazeres do quotidiano, como uma modalidade que permite o desenvolvimento sustentável das áreas naturais e a preservação dos aspetos culturais, e como um produto que permite aos jovens um contato com todos os recursos existentes na região. Independentemente da categorização do turismo “*cultural-rural*” é necessário definir primeiro o que se entende pelos seus componentes (o turismo cultural e o turismo rural).

### **3.4. Turismo cultural**

Segundo Pérez (2009) a natureza cultural do turismo é antiga, mas a ligação entre este e a cultura é relativamente recente, assim como, o termo “*turismo cultural*”. Sem antes definir esta prática é necessário perceber o que se entende por cultura.

#### **3.4.1. Definição de cultura**

A cultura é um conceito complexo que pode sofrer várias interpretações tornando-se “*difuso*” e “*confuso*” (Baptista, 2009, citado por Carvalho, Baptista, & Costa, 2010). Tomlinson (1991) refere que a solução para ajudar a determinar o conceito é evitar concentrar todas as definições numa só e focalizar apenas num determinado aspeto.

A primeira definição formal da “*cultura*” foi em 1871 por Edward Taylor. Este autor compara a cultura com a civilização e apresenta-a num sentido etnográfico que inclui “*conhecimento, arte, moral, lei, costumes e outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade*” (Taylor, 1871, p. 1).

Ao longo do tempo o termo adquiriu outros contextos e de acordo com a literatura académica a cultura passou a ser entendida como um processo ou como um produto (Richards, 1996). A cultura como um processo é derivada de conceitos antropológicos e sociológicos e encontra-se relacionada com códigos de conduta dentro de um determinado grupo social, já a cultura como produto é vista como um vasto leque de atividades que podem ser realizadas individualmente ou em grupo.

Na área do turismo estas duas categorias sobrepõem-se criando um certo grau de integração entre os dois aspetos da cultura (Richards, 1996). De acordo com Boukas (2008) estas categorias são importantes e ajudam a identificar as diferentes motivações dos turistas. Para a presente investigação é desta forma que a cultura será entendida.

#### **3.4.2. Definição de turismo cultural**

O crescimento e aparecimento do turismo cultural estão relacionados com as tendências económicas que marcaram os períodos da “*modernidade tardia*” e da “*pós-modernidade*” (Richards, 1996). Atualmente este é um dos segmentos que regista um crescimento rápido e positivo (Bachleitner & Zins, 1999). A OMT em 2004 apresentou um volume mundial de 40% de viagens realizadas com objetivos culturais (Pérez, 2009). Em Portugal

a percentagem de viagens desenvolvidas à base desta prática é de 3,4% de acordo com o estudo realizado por Richards (1996).

Os primeiros traços do turismo remontam à antiga Alexandria e à antiga Roma, quando a Grécia atraía os seus visitantes através dos produtos locais e históricos. Os turistas sentiam-se fascinados por esse tipo de artigos (Boukas, 2008). Nos finais da década de 70 o turismo cultural ganhou importância devido ao aumento da procura por atividades culturais e pela grande percentagem de turistas que viajavam com o intuito de adquirir “*cultura*” (McKercher & Cros, 2002). Na atualidade o turismo cultural já não é praticado exclusivamente por pessoas com um elevado grau de conhecimento.

Várias foram as etapas que marcaram a prática do turismo cultural ao longo dos anos: mas o que se pode entender pelo seu conceito? Diversos autores opinam sobre o assunto, uns mais teóricos e simplistas outros mais técnicos e precisos. Richards (1996) indica que as definições sobre o turismo cultural podem ser: conceptuais onde se descreve a definição como uma atividade; e técnicas onde é medido o volume e valor da prática turística.

A OMT (1985) tenta juntar as duas definições e apresenta o turismo cultural como um movimento de pessoas que pretendem satisfazer as suas necessidades pela diversidade elevando o seu nível cultural através da assimilação de novos conhecimentos, da prática de diferentes experiências e do desenvolvimento de novos encontros.

Já Zeppel & Hall (1991) vêem o turismo cultural como uma atividade que se encontra relacionada com as práticas vivenciais, à base de experiências visuais, manuais, festivas e paisagísticas. Este aspeto da atividade permite ao turista participar diretamente e aprender com as suas experiências (Richards, 2001 ).

McKercher & Cros (2002) referem que o turismo cultural assenta nas motivações culturais dos turistas, em várias atrações locais, no movimento de pessoas para os destinos e no seu inter-relacionamento, envolvendo o desenvolvimento e a interação do marketing nos vários destinos e atrações.

Na perspetiva do marketing o turismo cultural pode ser entendido como um produto que oferece experiências e sensações únicas (Schmitt, 2002). Aqui o turismo utiliza a cultura convertendo-a numa espécie de produto comercializável.

Para o presente estudo entende-se que turismo cultural é um produto turístico composto por uma panóplia de atrações e atividades com base nas motivações culturais do turista.

### 3.4.3. Componentes da oferta e da procura do turismo cultural

O turismo cultural é composto por uma variedade de componentes que passam pela motivação do turista até às atividades e atrações desenvolvidas nos destinos. Este pode ser entendido como um tipo de turismo experiencial onde o consumidor entra em contacto direto com as atividades culturais (artes, feiras e festividades) e com o património cultural (sítios históricos, paisagens) (Pérez, 2009, p. 120).

As atrações “*são muitas vezes as razões porque [os turistas] visitam um determinado destino, providenciando atividades, experiências e formas de recolher sinais de consumo*” (Richards, 2002, p. 1048), servindo na maioria dos casos para expor ou “*vender*” a cultura aos turistas. Algumas das atrações culturais e atividades realizadas em destinos culturais são apresentadas em categorias de acordo com Xerardo Pérez (2009) (quadro 3.1).

**Quadro 3.1- Tipos de atrações e exemplos de atividades**

TIPOS DE ATRAÇÕES	EXEMPLOS DE ATIVIDADES
- Património cultural	- Lugares históricos e naturais (centros históricos); - Lugares arqueológicos; - Monumentos; - Museus
- Lugares de recordação e memórias	- Lugares de acontecimentos como batalhas, revoluções (...); - Lugares que recordam a vida de artistas ou intelectuais;
- Artes	- Ópera, dança, teatro, música; - Festivais famosos; - Teatros;
- Atividades de criação e aprendizagem cultural	- <i>Ateliers</i> de artesanato; - Cursos de idiomas; - Acampamentos de trabalho.

**Fonte:** Adaptado de Pérez (2009, p. 121)

Com base no quadro 3.1 verifica-se que parte das possíveis atrações e atividades desenvolvidas baseia-se no património cultural do destino ou em determinados itens contemporâneos e intangíveis. Sustentando esta ideia Richards (2003 b) sugere que a oferta do turismo cultural é constituída pelo património cultural (bens inerentes ao passado da população) e por produtos contemporâneos (referentes às experiências atuais da sociedade). Porém, o viajante não tem conhecimento total das várias atrações existente. Boukas (2008, p.53) refere que “*o turismo cultural incidental é comum entre os vários turistas*”, pois só quando estes chegam ao local é que se apercebem das várias potencialidades que o destino oferece.

A procura da atividade turística cultural é medida a partir das motivações, preferências e comportamentos dos turistas que visitam destinos e participam em atividades culturais (Prentice, 1993). Os turistas culturais viajam com o objetivo de experimentar outras culturas, atrações e lugares, com essas experiências esperam desenvolver conhecimentos através do auto enriquecimento e da experiência pessoal. Comparando este “*tipo*” de turista com o turista jovem é possível identificar algumas semelhanças, pois tal como ele o jovem tem como objetivos o contacto com outras culturas, visitar monumentos e atrações populares (Moisã, 2010 b). A sustentar esta ideia encontra-se Richards (2007) referindo no seu estudo um aumento de turistas culturais cada vez mais jovens.

Em suma, o turismo cultural envolve os visitantes com o património, com as atrações e com os eventos culturais. A utilização da cultura encontra-se sempre presente, tornando-se num mecanismo que permite o desenvolvimento da atividade turística por um tipo de turista jovem.

### **3.5. Turismo rural**

Parte da herança natural dos destinos encontra-se nas áreas rurais, o que leva a uma prática de turismo relacionada com a natureza e a ruralidade. Com o desenvolvimento e expansão da indústria turística algumas áreas isoladas conseguiram desenvolver-se desempenhando um papel importante na prática da atividade turística rural.

Antes de se definir o que se pode entender por turismo rural é necessário entender: o que são áreas rurais?

#### **3.5.1. Definição de áreas rurais**

Vários autores associam as áreas rurais às zonas naturais e agrícolas, Vard et al (2005) só consideram uma área “*rural*” se esta for 90% coberta por floresta, áreas agrícolas ou naturais. Figueiredo (2003, p. 159) refere que “*as áreas rurais representam atualmente a natureza, em termos simbólicos e materiais através da sua apropriação*”.

A Organização e Cooperação para o Desenvolvimento Económico – OCDE (1994) desenvolveu, um sistema que permite medir as áreas rurais baseado na densidade populacional, de acordo com dois níveis hierárquicos (a nível da comunidade local e a nível regional). No entanto, a densidade populacional não é considerada um critério suficiente que permita classificar o que se pode entender por rural e por urbano. Para

isso outros fatores devem ser introduzidos como o critério de “*multidimensionalidade*” que consistem na utilização de vários critérios para a identificação de áreas rurais (Pizzoli & Gong, 2007).

A questão da “*ruralidade*” tem sido debatida ao longo do tempo e vários autores (Vanslebrouck & Huylenbroeck, 2005; Lane, 1994; Pizzoli & Gong, 2007) referem diversos tipos de áreas rurais. Para o presente estudo, a análise incide a nível regional (por município) e serão consideradas “*áreas rurais*” segundo o estudo da OCDE em conjunto com os dados geográficos, administrativos e com os setores de atividade económica.

### **3.5.2. Definição de turismo rural**

Com o desenvolvimento das comunidades rurais outros modelos de indústria foram introduzidos devido ao declínio da principal fonte de rendimento (a agricultura) dessas sociedades. O turismo entra na ruralidade como forma de progresso social e económico (Leal, 2001).

Desta forma, criou-se uma relação entre “*mundos*”, onde o “*rural não é visto como o oposto do urbano*” (Vanslebrouck & Huylenbroeck, 2005, p. 61) mas como pequeno polo turístico que ao longo dos anos vai se autopromovendo de forma a tornar-se atrativo criando nesse sentido uma imagem que retrata a sua simplicidade e o seu modo de vida tradicional (Sirgado, 1996).

“*Os espaços abertos, as montanhas, as florestas, os lagos e os rios permitem que tenham aí lugar atividades de lazer e de ocupação dos tempos livres de milhões de residentes urbanos*” (Leal, 2001, p. 5). As pessoas são atraídas para as áreas rurais devido ao seu património e herança natural. O meio rural aparece como uma plataforma que permite ligar o turista urbano às suas raízes através de um conjunto de estratégias alternativas. Leal (2001, p. 10) sintetiza a prática de turismo rural em seis premissas como se pode observar no quadro 3.2.

### Quadro 3.2 - Características do turismo rural

Baseado numa zona rural
Composto por pequenas empresas, grande espaço, contacto com a natureza, património, sociedades e práticas tradicionais
Prática de pequena escala
Encontra-se ligado às famílias locais
Contribui para a manutenção do carácter rural da região e utiliza os recursos locais
Diversidade do meio ambiente, da economia e da história do espaço rural

**Fonte:** Leal (2001, p. 10)

No entanto, permanece a questão: o que é o turismo rural? Muitas definições apresentam-no como toda a atividade turística realizada em áreas rurais. Apesar de simplista esta definição, o seu conceito é muito mais complexo (MacDonald & Jolliffe, 2003), exemplo disso a Direção Geral de Turismo (DGT) apresenta o turismo rural como um:

*“(...) conjunto de atividades e serviços realizados e prestados mediante renumeração em zonas rurais, segundo diversas modalidades de hospedagem, de atividades e serviços complementares de animação e diversão turística, tendo com vista a oferta de um produto turístico no espaço rural” (DGT, 2006).*

Vários conceitos apresentam ainda a prática relacionada com a tipologia de alojamento. Em Portugal o turismo no espaço rural, segundo o Decreto-Lei nº 54-2002 de 11 Março (p. 2068), referencia um *“conjunto de atividades, serviços de alojamento e animação a turistas, em empreendimentos de natureza familiar, realizados e prestados mediante remuneração, em zonas rurais”*, incorporando várias modalidades como o turismo habitação, turismo rural e agroturismo segundo o Decreto-Lei n.º 256/86 de 27 Agosto e sob várias formas de alojamento como casas de campo, agroturismo e hotéis rurais (Decreto-Lei nº 39/2008 de 7 Março).

Existe uma variedade de abordagens que permitem analisar o turismo rural, Saxena et al (2007, p. 349) numa revisão à literatura identificaram vários modelos desta atividade e cada um deles privilegia um conjunto de interações determinando em que setor a atividade está a ser investigada. De acordo com os autores a principal característica do turismo rural que se encontra presente na maioria das abordagens é o impacto que esta atividade desenvolve na vida dos turistas, nas próprias comunidades e nas empresas que exploram o turismo. Para este estudo a definição de turismo rural será entendida como

uma variedade de produtos e heranças culturais e naturais inseridos no espaço rural permitindo a prática de outros tipos de turismo.

### 3.5.3 Componentes da oferta e da procura do turismo rural

A maior parte da oferta de turismo rural encontra-se em redor do alojamento característico do espaço rural. As principais áreas afetadas em Portugal estão localizadas na região norte (IESE, 2008). Porém, como parte integrante da oferta o Decreto-Lei nº 169-97 no artigo 4º refere que se integram:

*“(...) ainda no turismo no espaço rural as atividades de animação ou diversão que se destinem à ocupação dos tempos livres dos turistas e contribuam para a divulgação das características, produtos e tradições das regiões, designadamente o seu património natural, paisagístico e cultural, os itinerários temáticos, a gastronomia, o artesanato, o folclore, a caça, a pesca, os jogos e os transportes tradicionais, e sejam declaradas de interesse para o turismo”*  
(Decreto-Lei nº 169-97 de 4 julho, p. 3291).

A oferta turística engloba o que um destino tem para oferecer aos seus visitantes, composta por bens, serviços e atrações que contribuem para a satisfação das necessidades psicológicas físicas e culturais nas quais as motivações dos turistas tiveram origem (DGT, 1991).

Gómes (1988, pp. 69-82) desenvolveu duas categorias dentro das atividades realizadas no turismo em espaço rural: as atividades recreativas desportivas, das quais fazem parte: (i) banho e atividades náuticas; (ii) passeios e caminhadas; (iii) passeios a cavalo e turismo equestre; (iv) ciclo turismo; (v) outras atividades desportivas; e as atividades de animação sociocultural, como: (i) atividades culturais; (ii) visitas a artesãos e cursos de artesanato; (iii) visitas e roteiros baseados no património cultural; (iv) visitas a indústrias; (v) gastronomia e cursos de cozinha.

Quanto à procura, esta é caracterizada por pequenos grupos que desenvolvem atividades personalizadas como forma de interação na comunidade rural. As viagens realizadas são normalmente fora de época e com um período de curta duração (Leal, 2001). Já Pérez (2009) aponta longos períodos de duração e sazonais (férias de verão, páscoa, natal e fins-de-semana prolongados).

Segundo o estudo de caracterização do turismo em espaço rural e de natureza em Portugal (IESE, 2008) o turista rural encontra-se cada vez mais jovem entre os 25 e os 44 anos. E tal como este “*tipo*” de turista cuja as motivações principais passam pela descoberta da região e pelo contacto com a natureza, os jovens procuram por

experiências relacionadas com a natureza (Loker-Murphy & Pearce, 1995) através de atividades recreativas (Richards, 2003 a).

### **3.6. O turismo “*cultural-rural*”**

O turismo é uma prática multifacetada que incorpora uma variedade de segmentos de mercado com motivações e necessidades específicas. Quem pratica o turismo cultural procura um contacto com as atrações e atividades culturais e quem realiza turismo rural busca a convivência tanto com a natureza como com a comunidade local. Apesar da aparente segmentação de mercado é possível uma união entre as duas práticas turísticas e a identificação de um tipo de turismo designado de “*cultural-rural*”. Mas, afinal qual é a sua definição?

#### **3.6.1. Definição de turismo “*cultural-rural*”**

Smith (2009) refere que dentro da prática turística cultural existe uma oferta variável de tipos de turismo do qual se destaca o turismo rural. A autora indica a existência de uma prática turística cultural em áreas rurais. Noutra perspetiva temos Leal (2001) que expõe uma variedade de tipologias de turismo rural. Dentro desta oferta destaca-se um tipo de turismo baseado no património e nas visitas históricas, ou seja, o turismo rural pode incorporar o património cultural e natural no mesmo espaço. Assim, para além dos rios, das áreas florestais, das paisagens verdes e das montanhas, pode conter vestígios arqueológicos, monumentos históricos e tradições (Leal, 2001).

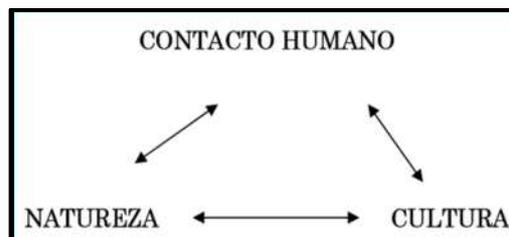
A ligação entre temáticas é visível, várias atividades rurais podem ser combinadas com experiências culturais proporcionando um estilo de vida que atrai a atenção dos turistas (Turnock, 2002). No estudo de Richards (1996) verifica-se um aumento pela procura de destinos com características rurais e culturais, as novas tendências estão a emergir e apontam para um crescimento no interesse do turismo “*cultural-rural*” em Portugal devido às várias regiões montanhosas que formam uma base natural para os diversos recursos culturais.

Os turistas procuram zonas que ofereçam experiências agradáveis e que apresentem características naturais e históricas. No caso dos turistas jovens a procura por destinos alternativos próximos de áreas naturais é, de acordo com Carr (1998), umas das preferências quanto aos locais de eleição.

Esta multidimensionalidade e inter-relacionamento entre conceitos (MacDonald & Jollife, 2003) permitem satisfazer simultaneamente necessidades culturais através do contacto com o natural.

Serrano et al (2004, p. 169) referem que “o turismo rural está construído sobre alicerces que são em parte materiais e em parte intangíveis, sobre uma imagem sonhada e, ocasionalmente, idílica sobre o cultural e o seu meio”. O turismo cultural e os seus atrativos fazem parte do mundo rural (Cohen, 1979), permitindo uma valorização dos recursos materiais e imateriais, da promoção das comunidades e da preservação e valorização de todas as formas da cultura local (Simão, 2009).

O turista cria uma relação com a natureza e com a cultura do local, como se pode observar a partir da figura 3.1. Esta união pode ser entendida como um produto que ao ser consumido pelo turista proporciona uma viagem com novas e diferentes experiências. O produto passa a ser integrado porque a procura “exige” a fusão de duas grandes forças turísticas “o meio ambiente físico - a natureza; e o cultural - patrimonial identitário” (Serrano et al, 2004, p. 154).



**Figura 3.1 - Componentes do turismo “cultural-rural”**

Fonte: Pérez, 2009, p. 257

O turismo cultural e rural aparece como um produto integrado, alternativo com características únicas, condições distintas e diferentes experiências (Rodrigues & Rodrigues, 2009). Segundo Ruschmann (2001) é um produto que faz parte de um aglomerado de bens e serviços, que interligados por relações de interação e independência pode tornar-se verdadeiramente complexo e “único em termos da sua abrangência e diversidade” (Cooper et al, 2005, p. 310).

O produto turístico “cultural-rural” contribui “positivamente para a viabilidade económica e social das comunidades rurais sem danificar o tecido social (...) ambiental” (Swarbrooke, 1996 a) e ainda é composto por fatores culturais como a arte, o artesanato, os estilos de

vida e as paisagens (Serrano et al, 2004). Rodrigues & Rodrigues (2007) mencionam alguns recursos turísticos que compõem o produto “*cultural-rural*”:

*“(...) produtos agrícolas (antigos e recentes, alimentares e não alimentares), paisagens, parques naturais, áreas protegidas, fauna e flora, rios e lagos, montanhas e vales, rochas e minerais, recursos hídricos medicinais, património cultural (arquitetura popular, monumentos e igrejas, património arqueológico, tradições, mercados, festividades e peregrinações, teatro popular e poesia), assim como outros elementos que refletem o estilo de vida rural, que existem no meio rural e que podem vir a constituir atrações” (Rodrigues & Rodrigues, 2007, p. 6).*

### **3.6.2. O produto “*cultural-rural*” e o turista jovem**

O turismo “*cultural-rural*” como produto vai ao encontro das motivações de um “*tipo*” de turista com um caráter educativo, aventureiro e que procura por experiências enriquecedoras (MacDonald & Jolliffe, 2003). Comparando o turista jovem com os padrões do turista “*cultural-rural*” podem ser identificadas algumas semelhanças. Por exemplo, tal como este, o turista jovem é independente, aventureiro e procura desenvolver nas suas viagens atividades culturais e de natureza. Pastor (1991) refere que as necessidades dos jovens são idênticas à dos adultos descrevendo-os como uma versão mais ingênua dos crescidos.

Esta comparação entre sujeitos pode desencadear consequências no desenvolvimento de pacotes que satisfaçam as necessidades dos jovens, logo não se pode considerar que o turista “*cultural-rural*” e o turista jovem são a mesma pessoa. Este último apresenta uma personalidade distinta com necessidades específicas e uma variedade de motivações e comportamentos heterogêneos podendo ser diferenciado dos restantes turistas (Carr, 1998).

O turismo “*cultural-rural*” é dinâmico, inovador e pode suportar as necessidades dos jovens uma vez que Luker-Murphy & Pearce (1995) identificaram as preferências destes turistas centradas em experiências culturais relacionadas com a natureza, e Richards & Wilson (2003) referiram no seu estudo que as duas atividades mais importantes realizadas por este turista são: (i) a visita a locais históricos e monumentos, (ii) e caminhadas.

Por fim, temos as pousadas de juventude como modelo de alojamento preferencial dos jovens, que foram inicialmente criadas com uma filosofia virada para o amor pela natureza e pela fuga à industrialização (Dams, 2008). Desta forma, o turista jovem que

pratica turismo “*cultural-rural*”, não é considerado um turista “*cultural-rural*”, é antes um segmento que pode ser identificado entre estas duas temáticas.

As características que relacionam a vertente cultural das atividades e o aspeto rural dos locais que compõem o produto turístico “*cultural-rural*” encontram-se dentro do modelo de Sasser, Olson & Wyckoff (1978). As componentes estão relacionadas com as comodidades e com os elementos tangíveis e intangíveis. Esses elementos são compostos pelo destino rural, pelas atrações culturais, pelas atividades socioculturais e de natureza, e as comodidades são representadas pelas pousadas de juventude.

Existe também a possibilidade do produto “*cultural-rural*” ser criado sobre “*pseudo-eventos*” não passando de uma representação teatral. “*A autenticidade imaginada [em muitos casos] é contextualizada em função do turismo e dos turistas*” (Pérez, 2009, p. 94). Esta situação não implica que o produto passe a ser visto como um serviço artificial ou suscitador de “*falsas identidades*”. Esta visão “*sobre romantizada*” dos destinos deve ser evitada, apostando-se na preservação da cultura local em vez da promoção de culturas modernas (Swarbrooke, 1996 b citado por Turnock, 2002).

A forma como o produto é oferecido aos turistas apresenta também os seus problemas. As especificidades que compõem o produto variam de destino para destino, situação que pode ser contornada a partir da criação de uma imagem positiva sobre o local. É a partir dessa percepção pictórica que o turista decide sobre a escolha do lugar (Phau, Shanka, & Dhayan, 2009). Contudo, sem que este visite verdadeiramente o destino todas as imagens formadas são induzidas por agentes exteriores, que se tornam responsáveis pelas expectativas criadas em relação às experiências do local. De acordo com Oliveira (2002) as experiências são automaticamente positivas se existir um equilíbrio entre o ambiente natural, o contato pessoal, o visitante e a comunidade.

Em suma o turismo “*cultural-rural*” como produto turístico permite satisfazer as motivações dos mais jovens, é incorporado e inovador desenvolvendo um contacto com a natureza e a cultura dos destinos.

## Capítulo IV – Hipóteses, Metodologia e Casos Analisados

### 4.1 Objetivos e hipóteses de estudo

O turismo jovem é considerado um dos segmentos mais importantes do mercado, representando um quinto de todas as viagens turísticas que são realizadas. Segundo a OMT & WYSE Travel Confederation (2008) são os jovens que cada vez mais realizam viagens.

No entanto, este mercado é visto como mais do que uma simples indústria, as suas abordagens centram-se na procura por destinos repletos de natureza e na visita a atrações culturais. É dentro destas temáticas que os conceitos de cultura e de ruralidade são introduzidos. De forma a satisfazer as suas necessidades o turista jovem consome um produto tão único como o turismo “*cultural-rural*”, tornando-se necessário identificar as suas características, levando à seguinte questão de partida: qual é o perfil do turista jovem que pratica turismo “*cultural-rural*”?

Neste sentido, o objetivo principal é analisar e identificar o perfil desse turista. Existem alguns nichos dentro da prática de turismo jovem, mas nenhum deles relaciona diretamente os destinos rurais com as atrações culturais destacando a importância no desenvolvimento desta dissertação.

De forma a definir o campo de pesquisa e a estruturar o perfil do sujeito estipulou-se os seguintes objetivos específicos:

- Identificar as principais motivações, atividades e comportamentos do turista jovem quando desenvolve viagens turísticas “*culturais-rurais*”;
- Identificar os dados sociodemográficos, as principais fontes de consulta, formas de viagem, transporte, duração da viagem e da estadia, e identificar qual o valor despendido no alojamento pelo turista jovem quando realiza viagens relacionadas com a cultura e com a ruralidade;
- Identificar os principais motivos que levaram os jovens a escolher as pousadas de juventude como modelo de alojamento em áreas rurais;
- Verificar a existência e utilização de pacotes turísticos culturais nas pousadas de juventude em áreas rurais pelos turistas jovens;

- Identificar as características das pousadas de juventude em áreas rurais com base na oferta de serviços, experiências e atividades que os jovens poderão desenvolver;

Após a identificação da problemática e dos objetivos procedeu-se à construção das hipóteses que desempenham uma importância fundamental na área da investigação. “A hipótese é na verdade um recurso de que se vale o raciocínio humano diante da necessidade de superar o impasse produzido pela formulação de um problema e diante do interesse em adquirir um conhecimento que ainda não se tem” (Barros, 2008, p. 152).

As hipóteses do estudo (quadro 4.1) estão relacionadas com o turista jovem, com turismo “cultural-rural” e com as pousadas de juventude em áreas rurais.

**Quadro 4.1 - Hipóteses de estudo e principais conceitos**

Nº H	Hipóteses	Fontes	Conceitos
H1	Quando os jovens viajam para destinos “naturais” visitam atrações culturais;	- Bachleitner, 1999; - Moisã, 2007 e 2010b; - Richards & Wilson, 2003; - Luker-Murphy, 1995;	- Turismo Jovem; - Turismo Cultural; - Turismo Rural; - Turismo “cultural-rural”
H2	A motivação principal dos turistas jovens é desenvolver “novos conhecimentos”;	- Richards & Wilson, 2003; - OMT & WYSE Travel Confederation, 2008;	- Motivações; - Perfil do Turista Jovem;
H3	O comportamento dos turistas jovens varia de acordo com a perceção do nível de segurança do destino;	- Maoz, 2007; - Debbage, 1991; - Carr, 2002a; - Tourism Review Magazine, 2010;	- Comportamento; - Perfil do Turista Jovem;
H4	Os turistas jovens quando consomem a componente tangível do património cultural sentem-se satisfeitos;	- Boukas, 2008;	- Património Cultural; - Património Rural; - Produto turístico;
H5	As pousadas de juventude dispõem de comodidades que satisfazem as necessidades dos turistas jovens;	- Dams, 2008; - Murphy, 2001; - Departamento de Turismo da Cidade de Cape, 2010;	- Pousadas de Juventude; - Ambiente das Pousadas de Juventude;

## 4.2 Técnicas de recolha de dados

Para a recolha de dados considerou-se os seguintes procedimentos:

- (4.2.1) – População em estudo e técnica de amostragem
- (4.2.2) – Escolha dos instrumentos de recolha de informação
- (4.2.3) – Método de administração
- (4.2.4) – Técnicas para análise de dados

A recolha foi realizada através da aplicação de inquéritos por questionário aos turistas jovens e inquéritos por entrevista aos responsáveis de pousada.

#### 4.2.1 População em estudo e técnica de amostragem

Para identificar o perfil do turista do turista jovem foi necessário definir a área de estudo, para tal identificou-se as pousadas de juventude em Portugal (como modelo de alojamento preferido dos jovens de acordo com os vários aspetos desenvolvidos na revisão da literatura) e considerou-se apenas as unidades localizadas em áreas rurais.

A seleção das pousadas de juventude baseou-se nos critérios de densidade populacional da OCDE e ainda nas variáveis económicas e industriais dos municípios. Foram excluídas as pousadas localizadas nas zonas costeiras e nos grandes centros urbanos restando, para efeito de estudo, apenas as 15 pousadas que estão representadas na figura 4.1.



**Figura 4.1 – Localização das 15 pousadas de juventude**

Fonte: Adaptado do Google Maps (2013)

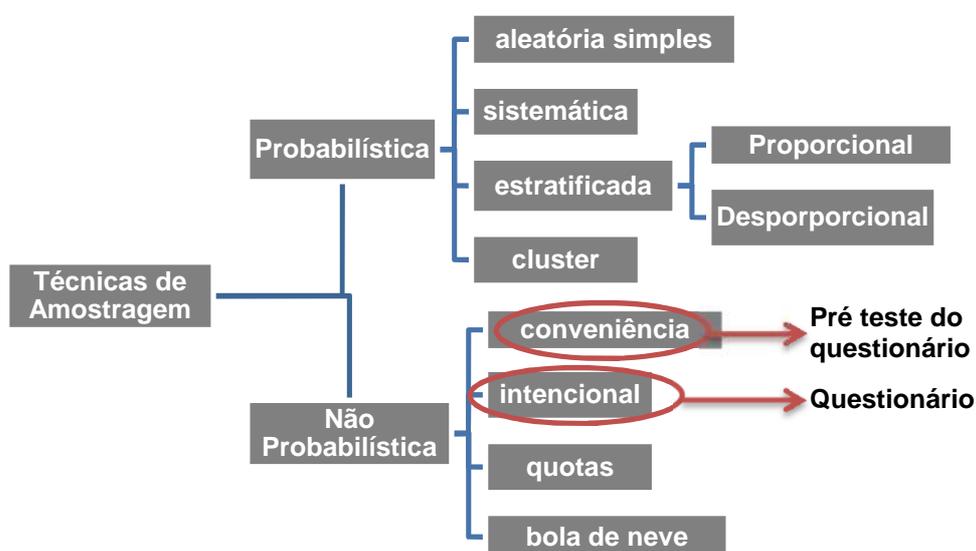
A maioria das pousadas de juventude situa-se na região centro do país, seguida da região norte e apenas uma na área do Algarve. Todos os destinos onde se encontram localizadas apresentam uma variedade de atrações turísticas baseadas no património cultural e natural. A maioria da indústria desenvolvida nestas localidades focaliza-se no

setor terciário e quanto à densidade populacional destas áreas foi registado, entre 2001 e 2011, um decréscimo em quase todos os concelhos de acordo com o Instituto Nacional de Estatística - INE (2011).

Para a aplicação do inquérito por questionário considerou-se uma amostra populacional que envolvesse jovens dos 18 aos 35 anos, enquanto o inquérito por entrevista foi aplicado aos responsáveis das 15 pousadas.

O motivo para a utilização de inquérito por questionário aos jovens centra-se na identificação do perfil do turista que desenvolve turismo “*cultural-rural*”, enquanto a aplicação do inquérito por entrevista junto aos responsáveis baseia-se no facto de que, primeiro são estes que ajudam na articulação dos questionários, segundo o seu contacto com o turista permite observar comportamentos, e terceiro porque têm um grande conhecimento sobre as pousadas de juventude.

A técnica de amostragem utilizada foi a amostra não probabilística por conveniência para o pré-teste do inquérito por questionário e amostra não probabilística intencional para a aplicação do questionário (figura 4.2).



**Figura 4.2- Composição das técnicas de amostragem utilizadas para a presente investigação**

Fonte: Malhotra (2004, p.326)

No que diz respeito à taxa de participação para os questionários estipulou-se um valor mínimo de 100 inquéritos, uma vez que nas pesquisas quantitativas é necessário um número superior acima de 100 intervenientes (Kent, 1999). Registou-se uma participação de 157 sujeitos, mas só 132 questionários foram considerados válidos, representando

84% da taxa de participação inicial. A amostra para o inquérito por questionário incluiu tanto turistas nacionais como internacionais, isto porque o objetivo não era identificar o perfil de turista de acordo com a sua nacionalidade, mas sim como sujeito “*universal*”.

Quanto às limitações inerentes à amostra registou-se apenas os critérios de seleção dos sujeitos que necessitavam de ser enquadrados nas preferências do estudo, essa limitação permitiu realizar o bom reconhecimento do “*tipo de turista*”.

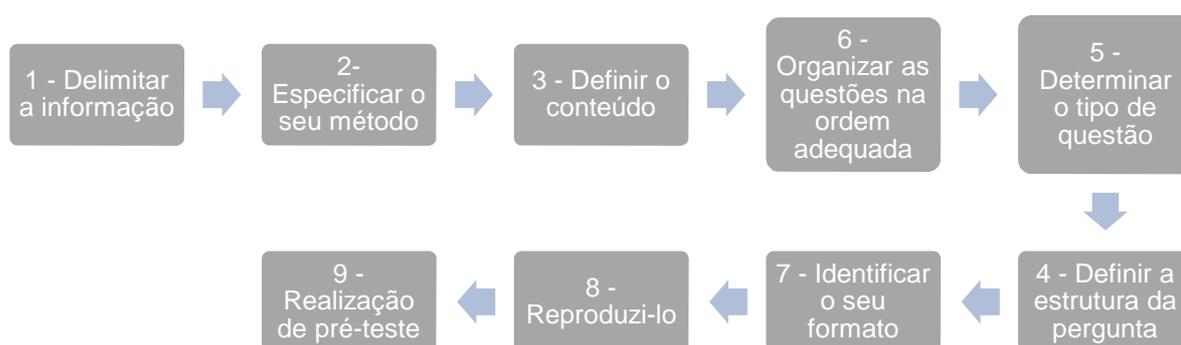
O inquérito por entrevista não recorreu a nenhum modelo de amostragem, os critérios de seleção basearam-se na escolha das pousadas de juventude em estudo e foram entrevistados 13 responsáveis das 15 pousadas representando um total de 86% da taxa de resposta.

## 4.2.2 Instrumentos de recolha de informação

- **Inquérito por questionário**

A construção do inquérito por questionário baseou-se num processo contínuo (figura 4.3) e teve em conta as variáveis necessárias para os objetivos de estudo e para o teste de hipóteses através da construção de indicadores (apêndice 1).

Os indicadores para os testes foram colocados em tabela seguidos da pergunta ou de questões associadas de acordo com a metodologia sugerida por Quivy (2005). A sua aplicação não foi empregue ao acaso utilizando-se apenas aqueles que permitiam a deteção de comportamentos das variáveis.



**Figura 4.3- Processo para a criação do inquérito por questionário**

Fonte: Malhotra (2004, p. 291)

As questões desenvolvidas foram do tipo de resposta fechada, aberta, mista, múltipla e em escala de *Likert*, conforme sugere Malhotra (2004) indicando uma variedade de

questões curtas, mas ao mesmo tempo complexas o suficiente para cativar os sujeitos a participar e a obter as informações pretendidas.

O questionário foi dividido em quatro partes permitindo identificar a seguinte informação: (i) os dados sociodemográficos do turista; (ii) os dados da viagem em geral; (iii) as motivações, comportamentos e níveis de satisfação; (iv) e os dados sobre a estadia. Quanto às variáveis linguísticas utilizadas nos questionários foram desenvolvidas duas: uma versão em português (apêndice 2) e outra em inglês (apêndice 3).

Como não foi possível aplicar o questionário pelo investigador devido à distância entre pousadas e à situação socioeconómica, houve o cuidado de informar e incentivar convenientemente os responsáveis e os rececionistas para que os questionários chegassem aos destinatários. Quanto ao seu preenchimento este foi realizado pelos próprios turistas.

- **Inquérito por Entrevista**

Para o inquérito por entrevista elaborou-se um guião semiestruturado (apêndice 4) com um total de 21 questões sendo a maioria de resposta aberta. Quivy (2005) refere que as respostas não precisam de expor inter-relações, apresentando efeitos indiretos na estruturação das hipóteses e dos conceitos.

O guião foi realizado de forma a contribuir para a informação que se desejava adquirir de acordo com Quivy (2005). Nesse sentido, foram realizadas questões neutras de maneira a dar espaço ao aprofundamento dos temas, de questões mais complexas e de perguntas de desenvolvimento.

O guião foi dividido em seis partes permitindo especificar as questões e adequá-las à realidade do estabelecimento, exemplificando:

- Da 1ª à 5ª foram questões de nível introdutório. Tiveram como objetivo identificar o entrevistado, assim como apresentar a pousada;
- A 6ª questão e derivadas (a, b, c) até à 12ª foram questões que permitiram descrever o desenvolvimento do estabelecimento, assim como o tipo de turista que o frequentava;
- A 13ª questão permitiu identificar as pousadas com pacotes turísticos culturais ativos;

- Da 14<sup>a</sup> à 17<sup>a</sup> (A) foram questões realizadas aos responsáveis das pousadas com pacotes turísticos culturais com o objetivo de identificar as ligações entre o modelo de alojamento e as atrações turísticas locais;
- A 14<sup>a</sup> e 15<sup>a</sup> (B) foram questões realizadas nas pousadas que não dispunham de pacotes turísticos;
- A 18<sup>a</sup> (A) e a 16<sup>a</sup> (B) foram questões de desenvolvimento com o objetivo de finalizar a entrevista.

### 4.2.3 Método de administração

A aplicação dos dois instrumentos para recolha de dados efetuou-se em períodos diferentes. A Movijovem (empresa que regula as pousadas de juventude em Portugal) foi contactada no final do mês de Agosto de 2012.

O questionário foi aplicado nas quinze pousadas de juventude, o primeiro contacto realizado com a direção foi por intermédio de um dos responsáveis de área de alojamento. De acordo com a Circular - CL nº 05/2012, 2012 as pousadas foram divididas em 10 gestores de área. Quanto às entrevistas, estas não foram realizadas aos gestores mas aos responsáveis das pousadas.

O primeiro contacto oficial com as unidades de alojamento foi a 11 de Outubro de 2012 por telefone com o objetivo de identificar, na opinião dos rececionistas, a “língua” mais utilizada ao balcão e pelos turistas. A intenção era reduzir ao máximo as variáveis linguísticas dos questionários. A autorização por parte da empresa para o lançamento dos questionários e a realização das entrevistas foi dada a 27 de Outubro de 2012.

A aplicação dos métodos de recolha de dados foi realizado no inverno e em época baixa para a maioria das pousadas de juventude com exceção de Penhas da Saúde, que se encontrava em época alta devido à sua localização geográfica (perto da Serra da Estrela e associada aos desportos de inverno) dispondo de períodos sazonais diferentes das restantes pousadas.

No dia 27 de Outubro de 2012 foi enviado um *email* para as pousadas solicitando a aplicação do inquérito por questionário. Este era composto por um texto introdutório ao tema apresentando os objetivos de estudo. Devido a problemas estruturais internos e a situações relacionadas com a crise atual a aplicação do inquérito por questionário não foi uniforme (tabela 4.1).

A entrega do questionário aos jovens foi na receção de cada pousada aquando do *check-in*, *check-out* e nos quartos dos hóspedes. Na receção tanto o responsável de pousada, como os rececionistas pediam aos turistas (entre os 18 aos 35 anos) para preencherem o questionário.

**Tabela 4.1 - Período de aplicação, envio dos questionários e período de encerramento das pousadas - continua**

Pousadas de Juventude	Período de encerramento	Data de aplicação dos questionários	Data de levantamento de dados	Nº de Q. enviados	Nº de Q. Válidos
<b>Abrantes</b>	03/12/12 A 14/03/13	27/10/12	02/12/12	0	0
<b>Alcoutim</b>	03/01/13 A 14/03/13	27/10/12	31/12/12	0	0
<b>Alijó</b>	Não encerrou	27/10/12	04/03/13	15	13
<b>Castelo Branco</b>	Não encerrou	27/10/12	04/03/13	12	11
<b>Idanha-a-Nova</b>	02/11/12 A 30/11/12	01/12/12	04/03/13	10	4
<b>Lousã</b>	03/12/12 A 14/03/13	27/10/12	02/12/12	15	11
<b>Melgaço</b>	11/01/13 A 31/01/13	27/10/12	04/03/13	18	16
<b>Penhas da Saúde</b>	Não encerrou	27/10/12	04/03/13	1	0
<b>Ponte de Lima</b>	Não encerrou	27/10/12	04/03/13	9	7
<b>Porto de Mós</b>	03/12/12 A 14/03/13	27/10/12	02/12/12	20	19
<b>S. Pedro do Sul</b>	31/01/13 A 14/03/13	27/10/12	30/01/13	0	0
<b>Vilarinho das Furnas</b>	Não encerrou	27/10/12	04/03/13	20	18
<b>Vila Nova de Cerveira</b>	Não encerrou	27/10/12	04/03/13	17	15
<b>Vila Nova de Foz Côa</b>	02/12/12 A 02/01/13	27/12/12 E depois a 03/01/13	02/12/12 E depois a 04/03/13	20	18
<b>Viseu</b>	Não encerrou	27/10/12	04/03/13	0	0
<b>TOTAL</b>				<b>157</b>	<b>132</b>

A pousada de Penhas da Saúde recolheu poucos questionários devido “à falta de tempo” e à “escassez de funcionários”. Abrantes e Alcoutim não devolveram questionários preenchidos devido ao encerramento prematuro. A pousada de Viseu e de S. Pedro do Sul não obtiveram questionários, porque segundo as responsáveis não houve adesão por parte dos turistas ao estudo.

As entrevistas foram realizadas por telefone aos responsáveis das pousadas de juventude e gravadas por computador a partir do programa “*Skype Recorder*”. O primeiro contacto por correio eletrónico foi a 27 de Novembro de 2012 e estas decorreram de acordo e pela ordem que se apresenta a tabela 4.2. Apesar dos vários contactos, não foi possível realizar duas entrevistas: à responsável da pousada de juventude S.Pedro do Sul e à da pousada de juventude de Abrantes.

**Tabela 4.2 - Entrevistas realizadas**

<b>Entrevistas</b>	<b>Pousadas de Juventude</b>	<b>Datas</b>
1 - Entrevista	Foz Côa	07.12.12
2 - Entrevista	Melgaço	08.12.12
3 - Entrevista	Castelo Branco	12.12.12
4 - Entrevista	Ponte de Lima	11.12.12
5 - Entrevista	Idanha-a-Nova	12.12.12
6 - Entrevista	Alijo	13.12.12
7 - Entrevista	Lousã	17.12.12
8 - Entrevista	Vilarinho das Furnas	17.12.12
9 - Entrevista	Penhas da Saúde	18.12.12
10 - Entrevista	Alvados	19.12.12
11 - Entrevista	Viseu	19.12.12
12 - Entrevista	Vila Nova de Cerveira	28.12.12
13 - Entrevista	Alcoutim	02.01.13

#### **4.2.4 Técnicas para a análise de dados**

A forma de recolher os dados pode influenciar diretamente os resultados de um trabalho académico. De acordo com Quivy (2005, p. 185) “*os métodos de recolha e os métodos de análise dos dados são normalmente complementares e devem (...) ser escolhidos em conjunto em função dos objetivos e hipóteses de trabalho*”.

Quivy (2005) aponta dois métodos para a análise de dados: (i) a análise estatística dos dados; e a (ii) análise de conteúdo.

A análise estatística permite usar programas estatísticos como o SPSS onde a manipulação dos dados é rapidamente efetuada. A utilização de gráficos e tabelas estão sempre presentes elevando a estatística a um nível descritivo.

Quanto à análise de conteúdo, segundo Quivy (2005, p. 226), “*incide sobre mensagens tão variadas como obras literárias, artigos de jornais, documentos oficiais, programas audiovisuais, declarações políticas, atas de reuniões ou relatório de entrevistas pouco diretivas*”. Esta técnica pode recorrer à utilização de cálculos e de técnicas precisas como o cálculo de frequências ou de coocorrências, isto nos métodos quantitativos. Quanto aos qualitativos analisa a informação dos elementos do “*discurso*”.

Para o presente estudo foram realizadas análises estatísticas e análises de conteúdo. A estatística aplicou-se ao inquérito por questionário com o auxílio do programa SPSS desenvolvendo as seguintes análises:

- (i) Análises univariadas – para caracterizar os dados relacionados com as características sociodemográficas, os dados da viagem, as motivações, as atividades, os tipos de turista, os motivos para a escolha do alojamento e para a utilização dos pacotes turísticos culturais;
- (ii) Análises bivariadas – utilizadas para analisar diferenças no nível de satisfação dos atributos do destino e das pousadas de juventude, comportamentos desenvolvidos através da aplicação do teste *t-student* permitindo comparar as médias, a frequência de viagens e de visitas às atrações através do coeficiente de correlação de *Pearson*, assim como a duração da viagem e da estadia. Sempre que possível realizou-se relações de tabulação cruzada entre variáveis.

A análise de conteúdo foi aplicada ao inquérito por entrevista desenvolvendo temas com base nas respostas e médias de valores sobre as frequências.

### **4.3 Casos analisados: as pousadas de juventude em Portugal**

Em Portugal as Pousadas de Juventude encontram-se ao abrigo da Movijovem, uma cooperativa de interesse público que se encontra sob a tutela da Secretaria de Estado da Juventude e do Desporto. Segundo o Artigo 4º do Diário da República nº 242, a Movijovem “*tem como objetivo principal promover, apoiar e fomentar ações de mobilidade juvenil na sua vertente social, possibilitando aos jovens portugueses, em especial aos mais desfavorecidos, um contacto mais direto com a realidade e com o património cultural, histórico e natural do país*” (DR, 2001, p.175).

As pousadas de juventude surgiram em 1959 e após a revolução do 25 de Abril foi criada a Associação Portuguesa das Pousadas de Juventude (APPJ). Com o passar do tempo tanto a associação como os próprios estabelecimentos sofreram remodelações. No caso da APPJ estavam relacionadas com os níveis estruturais da associação, enquanto nas pousadas, consistiram em melhorar as condições físicas dos próprios estabelecimentos.

### 4.3.1 História e evolução das pousadas de juventude em Portugal

O desenvolvimento da história das pousadas de juventude surgiu ao longo das décadas dos anos 60, 70, 80 e 90 até aos dias de hoje de acordo com a informação fornecida pela Movijovem (s.d).

A primeira organização que dirigia as pousadas de juventude foi criada a 19 de Maio de 1936 denominada de “*Mocidade Portuguesa*” e encontrava-se associada ao estado novo procurando desenvolver nos jovens um estilo de culto ao chefe e um espírito militar. Os jovens rapazes entre os 17 e os 25 anos eram obrigados a frequentar a organização e só em 1937 foi criada a vertente feminina. No caso das raparigas o objetivo consistia em introduzir as jovens ao catolicismo, formar futuras mães e esposas obedientes.

Em 1971 foi registado um declínio e em 1974 na revolução do 25 de Abril a organização foi extinta. Alguns dos centros utilizados nessa altura pela Mocidade Portuguesa foram convertidos em pousadas de juventude.

É possível verificar algumas situações referentes à década de 60, tais como:

- Se o hóspede tivesse mais de 25 anos – pagava 15\$00 pela estadia;
- Se o hóspede tivesse menos de 25 anos – pagava 10\$00 pela estadia;
- Fornecimento de pequeno-almoço – 5\$00;
- Fornecimento de refeições (almoço ou jantar) – 17\$50;
- Fornecimento de lençóis ou sacos cama – 2\$50.

Na década de 70 a APPJ era composta por dez pousadas. Para além dos preços económicos, as pousadas proporcionavam aos jovens a troca de contactos com turistas estrangeiros.

Estes desenvolvimentos só se tornaram possíveis porque em meados de 1975 a APPJ tornou-se membro da Federação Internacional de Albergues de Juventude, conhecida atualmente por HI-Hostel ou IYHF.

As pousadas continuaram a sua expansão na década de 80 e na década de 90, atualmente pertencem à Movijovem e são compostas por uma rede de 45 estabelecimentos divididos por categorias de qualidade e de função (natureza, histórico-cultural, urbana e praia – figura 4.4). A categoria de qualidade das pousadas de

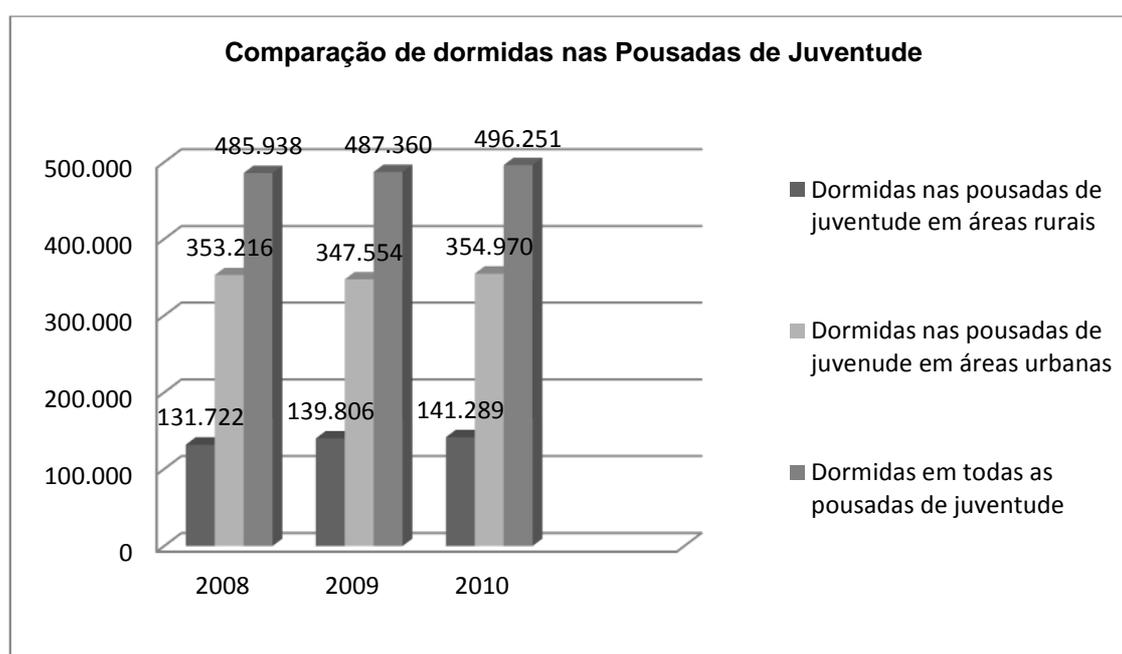
juventude é composta por um sistema de classificação que vai desde de 1 a 5 pinheirinhos.



**Figura 4.4- Categorias das pousadas de Juventude**

**Fonte:** Baseado nas Pousadas de Juventude (2013)

Ao analisar o gráfico 4.1 verifica-se um aumento geral de ocupação nos anos de 2008, 2009 e 2010 nas pousadas de juventude portuguesas. Ao trabalhar a informação sobre o nível ocupacional foi possível averiguar diferenças entre os estabelecimentos em áreas rurais e as unidades em zonas urbanas.



**Gráfico 4.1 - Comparação de dormidas nas pousadas de juventude nos anos de 2008, 2009 e 2010**

**Fonte:** Baseado nos dados internos fornecidos pela Movijovem (s.d)

As dormidas realizadas nas pousadas de juventude em áreas rurais apresentam uma evolução positiva e gradual em relação às pousadas de juventude em áreas urbanas. Enquanto as primeiras registam uma evolução de 5,8% de 2008 para 2009 e de 1% de 2009 para 2010, as segundas registam uma quebra de 1,6% de 2008 para 2009 e um

aumento de 2% de 2009 para 2010. Estes valores demonstram que as unidades dos destinos rurais têm impacto no mercado de turista jovem.

### 4.3.2 Caracterização das pousadas juventude selecionadas

As pousadas de juventude encontram-se espalhadas ao longo do país, de norte a sul aparecem como um local de pernoita para os jovens turistas. As suas características e facilidades são componentes de um ambiente específico baseado na informalidade (consultar anexo 1). O primor pela qualidade e o aumento pelo conforto estão presentes nestas unidades de alojamento.

*“Atualmente, a maioria das Pousadas de Juventude oferecem serviços como quartos duplos com wc, apartamentos, salas de convívio, bares, salas de reunião, serviços de refeição (pequeno-almoço, almoço, jantar) (...) e (...) piscina e infraestruturas desportivas” (Movijovem, 2005, p. 2).*

As pousadas de juventude nas áreas rurais (consultar apêndice 5) dispõem de uma variedade de serviços como:

- Classificação de qualidade da pousada;
- Instalações para pessoas com mobilidade reduzida;
- Pequeno-almoço incluído;
- Tem todas as refeições;
- Cozinha de alberguista;
- Lavandaria de alberguista;
- Sala de convívio;
- Aluguer de salas de reuniões;
- Telefone público;
- Internet;
- Parque de estacionamento;
- Aluguer de bicicletas;
- Perto de estação de autocarro;
- Perto de estação de comboios;
- Recomendado para famílias;
- Dispõe de piscina;
- Aluguer de canoas;
- Cacifos para bagagem;
- Esplanada;
- Perto da montanha;
- Aluguer de equipamento de sky;
- Campo desportivo.

Além destes atributos foram também identificados os programas culturais das pousadas de juventude (apêndice nº 6). Os estabelecimentos oferecem serviços complementares como a oferta de pacotes turísticos intitulados de “fugas”. Estes programas apresentam uma variedade de componentes que vão desde promoções culturais às mais radicais.

As pousadas encontram-se associadas às motivações dos turistas devido à disposição geográfica, desde os centros históricos até às áreas naturais (Movijovem, 2005). Os

municípios onde se encontram localizadas são portadores de recursos (patrimónios) tanto culturais como naturais próprios de cada região.

### **4.3.3 Caracterização demográfica e socioeconómica das regiões**

Tendo em conta os 15 municípios e a quantidade de informação necessária para caracterizar as regiões colocou-se em apêndice os dados geográficos (apêndice 7), a densidade populacional (apêndice 8) e os dados dos vários setores de atividade económica por município (apêndice 9) evitando a repetição constante ao longo do texto.

#### **a. Pousada de juventude de Abrantes – município de Abrantes**

A pousada de juventude de Abrantes encontra-se localizada no município de Abrantes. Este concelho está situado no Médio Tejo e tem as suas origens nos primórdios da monarquia portuguesa devido à importante localização geográfica, sendo uma área composta por recursos hídricos derivados do rio Tejo, do Rio Zêzere e da Albufeira do Castelo do Bode.

A região de Abrantes subsiste com diversidade nos vários sectores de atividade da economia, contudo o sector terciário é o mais predominante, sendo uma região que apresenta mais serviços à população. O seu nível populacional decresceu nos últimos anos com uma diferença de 6,89% de 2001 para 2011 segundo o INE (2011).

De acordo com os dados históricos, Abrantes era reconhecida pelas tradicionais indústrias metalúrgicas que foram desaparecendo ao longo dos tempos, nos dias de hoje um dos grandes pilares e agentes económicos da região continua a ser a produção e refinação do azeite, onde segundo dados do município contribui com 50% da quota nacional do mercado (Câmara Municipal de Abrantes, 2007). Os esforços na região tem vindo a promover o turismo e o aparecimento de novas empresas em variados sectores, daí que aposta na região depende de todos os sectores de atividade económica. A nível de atrações o município apresenta uma ampla variedade de recursos culturais e apenas alguns naturais.

#### **b. Pousada de juventude de Alcoutim – município de Alcoutim**

A pousada de juventude de Alcoutim encontra-se localizada no município de Alcoutim. É uma região rica em história que conta com a presença do Homem desde os tempos do Paleolítico Médio, pelas suas descobertas arqueológicas e pelos vestígios históricos deixados outrora por civilizações romanas, visigóticas e islâmicas. Dada a sua

localização geográfica rural no interior algarvio, a região tem vindo a perder densidade populacional, de acordo com os Censos 2001 para 2011 onde já se registou uma perda de 22,63% da população residente (INE, 2011).

O sector de atividade económica predominante é o sector terciário onde inclui as diversidades do sector do turismo pela riqueza histórica e proximidade com o rio Guadiana. Quanto ao sector primário, a economia local baseia-se numa agricultura de subsistência e produção de alimentos típicos da região. Por fim, o sector secundário representa uma pequena parte do sector económico da região.

**c. Pousada de juventude de Alijó – município de Alijó**

A pousada de juventude de Alijó está inserida no concelho Alijó. Esta região situada no Douro é rica em história através dos vestígios e obras do povo romano e na cultura castreja. Em Alijó o sector primário é a principal atividade económica devido à produção vinícola para vinhos do Porto e vinhos de mesa. A sua densidade populacional decresceu 16,61% desde 2001 até 2011 de acordo com o INE (2011).

O sector do turismo (dentro do setor terciário) tem vindo a aumentar e a acompanhar pela importância da produção de vinhos, estendendo à região novas oportunidades de serviços turísticos afetos aos vinhos, pelo seu património natural, relativamente aos miradouros e paisagens sobre as propriedades vinícolas e rio Douro, pelas praias fluviais, pelo sistema ecológico na foz do Tua e pelo património cultural.

**d. Pousada de juventude de Castelo Branco – município de Castelo Branco**

A pousada de juventude de Castelo Branco situa-se no município de Castelo Branco. Esta região situada na Beira Interior Sul serviu de refúgio em meados do séc. XVI aos judeus sefarditas que foram expulsos pelos Reis Católicos de Espanha. Nos dias de hoje é possível verificar disperso pela região vestígios da presença judaica nos portados quinhentistas. A sua presença veio permitir o aumento da população, atividade económica e à construção de monumentos religiosos que ainda hoje podem ser visitados, apresentando assim uma grande variedade de atrações culturais.

Na década de 70, Castelo Branco deu o impulso para acolher a indústria na região ao criar e desenvolver zonas industriais, tornando-se nos dias de hoje um dos maiores polos de atração industrial da Beira Interior. De acordo com o INE (2011) desde 2001 a 2011 a

população residente tem vindo a aumentar e a empregabilidade situa-se maioritariamente no sector terciário.

**e. Pousada de juventude de Idanha-a-Nova – município de Idanha-a-Nova**

A pousada de juventude de Idanha-a-Nova está localizada no centro da região da Beira Interior Sul. O município é composto por 17 freguesias e apresenta uma variedade recursos turísticos devido aos seus inúmeros vestígios pré-históricos e romanos. Parte da história desta região remonta à época da ocupação dos romanos principalmente nas freguesias de Monsanto, Idanha-a-Velha e Ladoeiro. O castelo do município mandado edificar por Gualdim Pais em meados de 1187 é um dos marcos do local.

Atualmente o concelho regista um decréscimo na densidade populacional, o setor primário marca a sua presença neste território principalmente na vertente agrícola (INE, 2011). Ainda assim, é o setor terciário pertencente à indústria de turismo e serviços que predomina na região, sendo considerado um dos mais importantes.

**f. Pousada de juventude de Lousã – Município de Lousã**

A pousada de juventude de Lousã situa-se na região centro no Pinhal Interior Norte no município de Lousã. Os vestígios mais antigos remontam ao período da expansão da época romana devido aos achados de alguns recursos na região, como cipos funerários, telhas, moedas entre outros. Com a invasão dos povos germânicos os romanos dissiparam-se gradualmente deste território.

O seu desenvolvimento deu-se apenas em meados do século XI com o apaziguamento do Vale de Mondego. As raízes de Lousã são profundas na história da região, deixando um legado histórico interessante aos seus conterrâneos. A industrialização chegou ao concelho apenas no século XVIII, atualmente o setor primário encontra-se abafado pelo terciário. O seu grande impulso foi registado já no século XX. Situação que se repercutiu na densidade populacional, onde foi registado um aumento de quase 12% desde 2001 a 2011 segundo dados do INE (2011).

**g. Pousada de juventude de Melgaço – município de Melgaço**

A pousada de juventude de Melgaço encontra-se localizada no concelho de Melgaço, distrito de Viana do Castelo na região no Minho-Lima a norte de Portugal. Concelho com 238km<sup>2</sup> é composto por 18 freguesias. Região setentrional é delimitada a norte pelo rio Minho, a oeste por Monção e a sudoeste por Arcos de Valdevez. As suas origens

remontam à pré-história e aos vestígios arqueológicos em Castro Laboreiro, a região apresenta ainda uma mescla de traços relacionados com os povos Árabes, Lusitanos e Romanos. O famoso castelo de Melgaço foi construído no reinado de D. Afonso Henriques em meados de 1170. Vários vestígios e artefactos foram encontrados nesta região, o seu património é rico tanto a nível natural com a sua envolvente com o parque natural da Peneda Geres, como a nível cultural.

O setor terciário destaca-se na região segundo a Câmara Municipal de Melgaço (2013) que refere que “*no seu conjunto, a economia de Melgaço é dependente de movimentos e de rendimentos provenientes do exterior, tais como a afluência de turistas, as férias e as remessas dos emigrantes ou as pensões dos ex-emigrantes*”. O turismo surge como uma indústria que potencia o desenvolvimento económico do concelho. O setor da agricultura tem vindo a diminuir assim como a densidade populacional (7%) de acordo com os dados do INE (2011).

#### **h. Pousada de juventude de Penhas da Saúde – município de Covilhã**

A pousada de juventude de Penhas da Saúde encontra-se localizada no município de Covilhã, com uma área de 556 km<sup>2</sup>, o município está situado no centro do país na região da Cova da Beira. Na encosta com a Serra da Estrela, Covilhã aparece como uma região repleta de montanhas. Pertencente ao distrito de Castelo Branco é composta, atualmente, por 31 freguesias.

Covilhã tem vários vestígios que remontam aos vários povos da pré-história. A boa navegabilidade do rio Zêzere ajudou a propagação dos povos ao longo da bacia hidrográfica do Tejo. Os romanos apareceram mais tarde na história da Covilhã, vários vestígios foram encontrados como é o caso do achado da colónia de povoação romana e das várias vias romanas. Os mouros também marcaram a sua presença na região através das várias destruições que realizaram ao longo das suas conquistas. Na idade média Covilhã apresentou-se como posto fronteiriço de grande importância com a atribuição da Carta de Foral em 1186. Vários vestígios foram deixados ao longo dos anos, convertendo-se em legados patrimoniais. Atualmente compõem a história do município e as suas heranças são culturais e naturais. Os serviços de turismo e da atividade comercial são predominantes na região, seguindo-se do setor secundário e por fim o primário. A agricultura é ainda um setor importante não sendo, no entanto, o setor de subsistência da região. Foi registado um decréscimo na densidade populacional de 5% (INE, 2011).

**i. Pousada de juventude de Ponte de Lima – município de Ponte de Lima**

A pousada de juventude de Ponte de Lima encontra-se localizada no concelho de Ponte de Lima. Este município situado a norte de Portugal na região do Minho-Lima é composto por 51 freguesias nos seus vastos 320km<sup>2</sup>. Ponte de Lima é considerada uma das mais antigas vilas de Portugal e vários são os vestígios que a compõem. Dentro do património existente destaca-se principalmente os vários miradouros da região. A nível demográfico foi registado um pequeno decréscimo nos últimos anos, no entanto, a agricultura é ainda o setor que marca impacto na região.

**j. Pousada de juventude de Porto de Mós (Alvados) – município de Porto de Mós**

A pousada de Juventude de Alvados encontra-se localizada no município de Porto de Mós. Pertencente ao distrito de Leiria, Porto de Mós aparece localizada a centro de Portugal na região do Pinhal Litoral, a norte da Serra de Candeeiros é limitada pelo concelho da Batalha, Leiria, Santarém, Alcanena e Alcobaça. Apresenta-se ainda com uma extensão de 262 km<sup>2</sup> ao longo das 13 freguesias.

Vários vestígios foram encontrados na localidade estando relacionados com a pré-história, com os romanos e os muçulmanos. Deles fazem parte do património existente. “Porto das Mós”, como antigamente se designava estava claramente relacionada com o cais de embarque e mais tarde com o desenvolvimento das técnicas rurais de moagem de azenhas e dos moinhos de vento com as suas mós. Símbolo que posteriormente fora usado para representar a própria vila. Atualmente Porto de Mós apresenta-se como um concelho em desenvolvimento, apesar do pouco impacto que pode ter ocorrido, a localidade cresceu 0,29% desde 2001 até 2011 (INE, 2011). A sua indústria é voltada principalmente para o setor terciário. A agricultura ainda persiste no concelho mas tem um impacto muito insignificante na economia industrial.

**k. Pousada de juventude S.Pedro do Sul – município de S.Pedro do Sul**

A pousada de juventude S.Pedro do Sul encontra-se localizada no município de S.Pedro do Sul, no distrito de Viseu. Na zona centro e na área de Dão-Lafões com uma extensão de 349km<sup>2</sup> por onde se estende as 19 freguesias.

Os testemunhos castrejos são alguns dos indícios das origens de S.Pedro do Sul. Os romanos passaram por esta área e incentivados pelas águas mineromedicinais e de propriedades curativas permaneceram por alguns períodos edificando estruturas em torno deste recurso. Após a queda do Império S.Pedro do Sul, ou Caldas Lafonenses,

assim designadas na altura, passaram a ser frequentadas por pessoas ilustres da corte portuguesa em busca dos “*poderes*” curativos e milagrosos.

Atualmente S.Pedro do Sul, rodeada pela Serra de S.Macário e pela Serra da Arada, apresenta um vasto leque de atrações culturais. Apesar da região estar marcada com um decréscimo populacional de quase 12%, o setor da atividade industrial predominante é o terciário, estando relacionado principalmente com a atividade turística, realizada na época balnear. Destaca-se em segundo lugar o setor primário onde a agricultura e a pesca são os seus principais componentes.

**I. Pousada de juventude de Vilarinho das Furnas – município de Terras do Bouro**

A Pousada de Juventude de Vilarinho das Furnas situa-se no município de Terras do Bouro, localizado no coração do Parque Nacional da Peneda-Gerês e na região do Cávado, é uma das zonas mais ricas em fauna e flora. Região marcada pela presença dos romanos, ponto de travessia da conhecida “*Bracara Augusta a Astorga*” repleta de atrações culturais e naturais.

O desenvolvimento e sustentabilidade da região são focados nos serviços turísticos, quer ao nível de alojamentos para desfrute do património natural quer nos serviços de atividades turísticas através de aventuras e animações. É praticada uma agricultura sustentável e o sector secundário é praticamente nulo na região, fator que tem levado para a redução da densidade demográfica ao longo das últimas quatro décadas.

**m. Pousada de juventude Vila Nova de Cerveira – município de Vila Nova de Cerveira**

A pousada de Vila Nova de Cerveira é classificada de histórico-cultural e encontra-se localizada no concelho de Vila Nova de Cerveira na região do Minho-Lima. Zona raiana a noroeste de Portugal, junto ao rio Minho, Terras de Cerveira conserva registos históricos da presença do Homem da Pré-História guardados no Museu Nacional de Arqueológica. Muitos são os recursos turísticos que predominam nesta região, apresentando um vasto leque de património cultural e natural.

A cidade ganhou expressão e cresceu a nível demográfico e arquitetónico após a reconquista aos árabes. O setor do turismo é apresentado como uma mais-valia para a região. A aposta no desenvolvimento estratégico do conselho a par da construção de

parques industriais tem sido umas das vertentes para o crescimento sustentável para a região.

**n. Pousada de juventude de Vila Nova de Foz Côa – município de Vila Nova de Foz Côa**

A Pousada de Juventude de Foz Côa encontra-se localizada no concelho de Foz Côa. Esta região rica em património cultural e natural conserva um grande testemunho e inventário da presença do Homem desde a Pré-História (Paleolítico, Neolítico, Calcolítico) ao povo romano. Tais testemunhos deixados pelo Homem como as pinturas rupestres foram classificados em 1995 pela UNESCO como Património Cultural da Humanidade.

Dada a sua localização no Douro Superior no Interior Norte, Vila Nova de Foz Côa tem vindo a perder população residente no concelho desde há várias décadas, pela desertificação da população jovem que aposta na migração em prol de novas oportunidades. É no sector primário que se verifica maior atividade económica, neste caso na agricultura e no cultivo da amêndoa.

**o. Pousada de juventude de Viseu – município de Viseu**

A pousada de Juventude de Viseu encontra-se localizada no centro do município. Viseu já existia muito antes de se assim se designar, foi habitada, disputada e conquistada por vários povos durante séculos. O município apresenta ainda um vasto leque de atrações que vai desde o património religioso a alguns lugares naturais. Indícios dos povos Celtas, Lusitanos, Suevos, Godos, Romanos e Muçulmanos tornam ainda nos dias de hoje impossível de referenciar a origem exata da cidade de Viseu, contudo sabe-se que em 1058 foi definitivamente conquistada aos mouros.

Viseu fica localizada na região centro do país na área de Dão Lafões. Quanto à densidade populacional foi registado um aumento desde 2001 até 2011 de acordo com as fontes do INE (2011). O motor da economia no concelho concentra-se no sector terciário na área de serviços pelo crescente desenvolvimento dos parques industriais de Coimbrões, Lordosa e Mundão.

Em síntese, as Pousadas de Juventude em Portugal procuram oferecer aos jovens preços económicos, ótimas condições e uma variedade de pacotes e atividades turísticas. Os destinos onde estão inseridas são compostos por atrações que compõem o património cultural e natural.

## Capítulo V – Análise e Discussão dos Dados

### 5.1. Apresentação e análise dos dados

Na última fase do trabalho académico a análise e discussão dos dados é pertinente para a resolução dos objetivos propostos ao longo da investigação e para o teste das hipóteses académicas. Este capítulo trata do culminar de toda a informação recolhida diretamente no campo.

#### 5.1.1. Análise e discussão do inquérito por questionário

A análise ao inquérito por questionário será dividida em quatro categorias: (i) identificação do perfil sociodemográfico do sujeito; (ii) descrição dos dados de viagem; (iii) motivações, comportamentos e atividades; (iv) a identificação das motivações para a escolha do alojamento, descrição dos níveis de satisfação e importância dos vários atributos das pousadas de juventude em áreas rurais.

##### 5.1.1.1. *Caracterização sociodemográfica da amostra*

Após a análise de dados na tabela 5.1 destaca-se indivíduos dos 31 aos 35 (32,6%) permitindo registar uma tendência para os jovens adultos. Quanto ao género é o sexo feminino (59,8%) que mais se evidencia na amostra.

Registou-se uma grande tendência para o mercado nacional (93,2%), seguido da Espanha (3%), França (1,5%), Itália (0,8%), Brasil (0,8%) e Suécia (0,8%).

Nas habilitações literárias verificou-se que 42,8% dos sujeitos estão entre o ensino básico e o ensino obrigatório de Portugal e 57,3% (a maioria) pertence ao ensino superior. De acordo com estes valores a amostra populacional dos jovens em estudo é caracterizada por conter indivíduos com um alto nível de educação. Se compararmos estes dados com a informação disponibilizada pelo estudo da OMT & WYSE Travel Confederation (2008) sobre o nível de escolaridade dos turistas jovens verifica-se algumas semelhanças.

Relacionando o género com as habilitações literárias dos sujeitos apura-se que o sexo masculino se destaca no ensino secundário, enquanto o feminino no ensino superior.

No que diz respeito ao rendimento do agregado familiar da amostra populacional observa-se através da consulta à tabela 5.1 que a maioria dos participantes (48,1%) apresenta um rendimento baixo equivalente à classe dos €501-€1500. Ao comparar esta

informação com a fonte da OMT & WYSE Travel Confederation (2008) sobre o rendimento do agregado familiar verifica-se que tanto os jovens do presente estudo como os da organização apresentam valores de rendimento relativamente baixos.

**Tabela 5.1 - Caracterização sociodemográfica do participante - continua**

Categorias		n (Frequência)	N (Total)	% (Porcentagem)	Média	Variância	Desvio Padrão
Idade	18 a 20	14	132	10,6%			
	21 a 25	39		29,5%			
	26 a 30	36		27,3%			
	<u>31 a 35</u>	<u>43</u>		<u>32,6%</u>			
Sexo	<u>Feminino</u>	<u>79</u>	132	<u>59,8%</u>			
	Masculino	53		40,2%			
País de Origem	<u>Portugal</u>	<u>123</u>	132	<u>93,2%</u>			
	Espanha	4		3,0%			
	Itália	1		0,8%			
	Brasil	1		0,8%			
	Suécia	1		0,8%			
	França	2		1,5%			
Habilitações Literárias	1º Ciclo ao 3º Ciclo	3	131	2,3%			
	<u>Ensino Secundário</u>	<u>53</u>		<u>40,5%</u>			
	Licenciatura	50		38,2%			
	Pós Graduação	7		5,3%			
	Mestrado	17		13,0%			
	Doutoramento	1		0,8%			
Rendimento Mensal do Agregado Familiar	< €500	11	129	8,5%			
	<u>€501 - €1500</u>	<u>62</u>		<u>48,1%</u>			
	€1501-€3000	27		20,9%			
	>€3001	3		2,3%			
	Não sabe	26		20,2%			

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 5.1 - Perfil sociodemográfico do participante - continua**

Categorias		n (Frequência)	N (Total)	% (Porcentagem)	Média	Variância	Desvio Padrão
Estado Civil	<i>Solteiro</i>	<u>101</u>	132	<u>76,5%</u>			
	Casado	23		17,4%			
	Divorciado	4		3,0%			
	Outro	4		3,0%			
	Outro - Numa relação	1		0,8%			
	Outro - União de facto	2		1,6%			
Com Filhos	<i>Não</i>	<u>114</u>	<u>132</u>	<u>84,8%</u>			
	Sim	20		15,2%			
Quantidade de Filhos	1	13	<u>20</u> (pessoas com filhos)	65%	1,6	0,9	0,9
	2	4		20%			
	3	1		5%			
	4	2		10%			
Idades dos filhos	Idade do Filho 1	20	-	15,2%	6,9	23,3	4,8
	Idade do Filho 2	7		5,3%	7,0	23,1	4,8
	Idade do Filho 3	3		2,3%	4,8	10,6	3,2
	Idade do Filho 4	2		1,5%	4,0	18,0	4,2
Situação atual	Estudante	24	131	18,3%			
	Trabalhador- Estudante	21		16,0%			
	<i>Empregado</i>	<u>67</u>		<u>51,1%</u>			
	Desempregado	18		13,7%			
	Doméstico	1		0,8%			
Situação Profissional	Por conta Própria	5	87	5,7%			
	<i>Por conta de Outro</i>	<u>78</u>		<u>89,7%</u>			
	Patrão	3		3,4%			
	Outro	1		1,1%			
	Outro - Estágio Profissional	1		1,1%			

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 5.1 - Perfil sociodemográfico do participante – continuação**

Categorias		n (Frequência)	N (Total)	% (Porcentagem)	Média	Variância	Desvio Padrão
Profissão	Quadros superiores e dirigentes	2	67	3,0%			
	Profissões intelectuais e científicas	14		20,9%			
	<i>Técnicos e profissionais de nível intermédio</i>	<u>22</u>		<u>32,8%</u>			
	Pessoal administrativo e similares	6		9,0%			
	Pessoal dos serviços e vendedores	10		14,9%			
	Operários, artífices e trabalhadores similares	10		14,9%			
	Trabalhadores não qualificados	3		4,5%			

**Fonte:** Elaboração própria

Em relação ao estado civil 76,5% são solteiros e 84,8% não têm filhos. Ao analisar esta informação permite-nos afirmar que a maioria dos jovens no presente em estudo é independente e sem filhos.

A grande percentagem dos inquiridos (51,1%) trabalha, enquanto 16,1% trabalha e estuda em simultâneo. No que diz respeito à situação profissional 89,7% exercem-na por conta de outro e só 5,7% trabalha por conta própria.

Ao relacionar a idade com a categoria da “*situação atual do sujeito*” verifica-se que os estudantes incidem na faixa dos 18 aos 20 anos, enquanto os trabalhadores-estudantes pertencem na sua maioria à faixa dos 21 aos 25 anos.

Quanto às profissões regista-se uma tendência para técnicos profissionais de nível intermédio (32,8%). Através de uma relação de referência cruzada no SPSS entre a categoria de profissões com as habilitações académicas apurou-se que os profissionais de nível intermédio possuíam o mestrado, a pós graduação e a licenciatura, enquanto os jovens com o ensino secundário trabalhavam nos serviços, nas vendas, como artífices e operários, e em funções não qualificadas.

### **5.1.1.2. Dados da viagem**

Nesta parte da análise e discussão dos dados são apresentadas as informações relativas às fontes de informação consultadas pelos jovens, à forma como planearam a viagem, à duração, à forma como viajaram e quanto método de transporte utilizado.

Ao analisar os dados na tabela 5.2 verifica-se que a maioria (79,5%) planeou a viagem sozinho, seguido da consulta a amigos, familiares, companheiros, grupos técnicos e à internet (com 19,7%). Em último lugar encontra-se a consulta ao agente de viagens (0,8%).

A fonte de informação mais utilizada foi a internet (63,6%) seguida da consulta aos amigos e familiares (26,5%), ficando em último lugar os *média*, os livros e as revistas. Através destes dados verifica-se uma relação positiva entre a teoria e a prática. De acordo com a OMT & WYSE Travel Confederation (2008), os jovens planeiam a sua viagem e a internet é a fonte principal de consulta, seguida de amigos e familiares.

As suas viagens são realizadas a “*par*” ou a “*casal*” (40,5%) e os que se deslocam em grupo (24,4%) indicaram na sua maioria a composição por elementos com idade superior a 18 anos.

Através de uma referência cruzada de dados no SPSS apurou-se em primeiro lugar que as viagens em casal como as viagens em pequenos grupos utilizam os amigos e familiares como fonte principal de informação, e em segundo lugar verificou-se que com o avanço da idade os jovens amadurecem principalmente quando se verifica nos indivíduos dos 31 aos 35 anos viagens em família e nos de 21 aos 25 anos viagens individuais.

As viagens realizadas foram de curta duração com uma média de 1 a 2 dias representando 65,6% das respostas como se pode consultar na tabela 5.2.

Quanto ao meio de transporte, o mais utilizado tanto para chegar ao local como para se deslocar no próprio destino foi do carro particular com 78,8% e 73,5% respetivamente. Ao relacionar o método de transporte utilizado até ao local com o utilizado no destino verifica-se que quem se deslocou de carro utilizou sempre o mesmo meio de transporte.

**Tabela 5.2 – Dados de viagem – continua**

Categorias		n (Frequência)	N (Total)	% (Porcentagem)	Média	Variância	Desvio Padrão
Fonte de Informação Utilizada	<i>Internet</i>	<u>84</u>	132	<u>63,6%</u>			
	Media	4		3,0%			
	Livros e Revistas	1		0,8%			
	Amigos e Familiares	35		26,5%			
	Outro	8		6,1%			
	Outro - Danças	1		0,8%			
	Outro - Descoberta	1		0,8%			
	Outro - Desporto	1		0,8%			
	Outro - Estudo em CB	1		0,8%			
	Outro - Mapa	1		0,8%			
	Outro - Namorado	2		1,5%			
	Outro - Trabalho	1		0,8%			
Planeamento da Viagem	<i>Sozinho</i>	<u>105</u>	132	<u>79,5%</u>			
	Agente de Viagem	1		0,8%			
	Outro	26		19,7%			
	Outro - Amigo	2		1,5%			
	Outro - Amiga	2		1,5%			
	Outro - Amigos	8		6,1%			
	Outro - Família	2		1,5%			
	Outro - Companheiro/Namorado	7		5,2%			
	Outro - Esposa/Companheira	2		1,5%			
	Outro - Danças	1		0,8%			
	Outro - Internet	1		0,8%			
	Outro - Grupo	1		0,8%			
Duração da Viagem	<i>1 a 2 dias</i>	<u>86</u>	131	<u>65,6%</u>			
	3 a 5 dias	36		27,5%			
	6 a 10 dias	4		3,1%			
	>11	5		3,8%			
Como Viajou	Sozinho	33	131	25,2%			
	<i>A par/casa</i>	<u>53</u>		<u>40,5%</u>			
	Com a família	13		9,9%			
	Em pequenos grupos (menos de 10 pessoas)	29		22,1%			
	Em grandes grupos (mais de 11 pessoas)	3		2,3%			

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 5.2 – Dados de viagem (continuação)**

Categorias		n (Frequência)	N (Total)	% (Porcentagem)	Média	Variância	Desvio Padrão
Quantas pessoas do grupo tinham idade inferior a 18 anos	1	7	20	35,0%	2,4	1,8	1,4
	2	5		25,0%			
	3	2		10,0%			
	4	5		25,0%			
	5	1		5,0%			
Transporte utilizado para chegar ao destino	<u>Carro</u>	<u>104</u>	132	<u>78,8%</u>			
	Comboio	12		9,1%			
	Avião	1		0,8%			
	Camioneta	10		7,6%			
	Outro	5		3,8%			
	Outro - Autocarro	1		0,8%			
	Outro - Carrinha	4		3,0%			
Transporte utilizado para se deslocar no destino	<u>Carro próprio</u>	<u>97</u>	132	<u>73,5%</u>			
	Transportes Públicos	14		10,6%			
	Táxis	1		0,8%			
	A pé	14		10,6%			
	Outro	6		4,5%			
	Outro - Boleia de colega	1		0,8%			
	Outro - Camioneta	3		2,3%			
	Outro - Carrinha	1		0,8%			
	Outro - Carro de trabalho	1		0,8%			

Fonte: Elaboração própria

### 5.1.1.3. **Motivações, comportamentos, atividades e níveis de satisfação**

A análise ao perfil do turista jovem passa não só pela descrição dos seus dados sociodemográficos e formas de viagem, como também pelas motivações, comportamentos, atividades e níveis de satisfação perante o património da região.

Com o objetivo de entender a procura por regiões com natureza e história questionou-se aos jovens sobre a quantidade de viagens que realizam para destinos rurais e quantas visitas faziam a atrações culturais nesses destinos.

Ao analisar a tabela 5.3 verifica-se que em média o turista jovem viaja 4,28 vezes para destinos rurais. Aqui o desvio padrão encontra-se elevado refletindo respostas muito

dísparos, a média passa a ser pouco considerável. Tendo em conta os valores apresentados pelos jovens, crê-se que neste caso que a moda seja mais representativa, indicando 2 viagens por ano para destinos rurais e representando 37% da taxa das respostas.

**Tabela 5.3 – Valores de tendência central e de dispersão em relação às viagens para destinos rurais e às visitas de atrações culturais**

		Viagens realizadas para destinos rurais	Visitas a atrações culturais
N	Válido	127	116
	Ausente	5	16
Média		4,28	2,93
Mediana		2,00	2,00
Moda		2	2
Desvio padrão		8,098	2,402
Variância		65,586	5,769

**Fonte:** Elaboração própria

Ao relacionar a média das viagens com a faixa etária dos participantes verifica-se que os jovens dos 21 aos 25 anos são os que realizam mais viagens para áreas rurais, seguido dos 26 aos 30 anos, depois dos 18 aos 20 anos e em último lugar os jovens dos 31 aos 35 anos.

Quanto às atrações verifica-se que, em média, os jovens visitam três atrações culturais em áreas rurais. Aqui o desvio padrão e a variância apresentam valores mais pequenos refletindo respostas pouco voláteis (tabela 5.3).

Para analisar esta informação é necessário ter em conta que o turismo “*cultural-rural*” atrai um determinado tipo de turista cujas preferências centram-se num contacto personalizado com o património cultural e natural. Como também é necessário ter em consideração que determinados turistas só se apercebem da existência de determinadas atrações quando já estão no destino. Pressupõe-se assim, que quando os jovens viajam para destinos naturais visitam atrações culturais (H1).

Para testar a hipótese correlacionou-se as duas variáveis acima mencionadas e calculou-se os valores através do coeficiente de *Pearson*. Considerando a amostra de 127 sujeitos para a primeira variável e de 116 para a segunda, o coeficiente apresenta um valor de 0,118 (11,8%) com um nível de significância de 0,215. Conclui-se que a correlação é

positiva mas fraca de acordo com a classificação<sup>6</sup> de Cohen (1988). Desta forma afirma-se que os jovens quando visitam destinos rurais nem sempre visitam atrações culturais, logo a primeira hipótese não se confirma.

Quanto à tipologia de turista, 37,9% identificou-se como “*turista*”, seguido de “*backpacker*” com 31,1%, e por último de “*viajante*” com 29,5% (tabela 5.4). No entanto, dois outros termos foram identificados, com apenas 1,5% da taxa de resposta: o “*trabalhador*” e o “*estudante*”.

**Tabela 5.4 – Tipos de turista**

	<b>Categoria</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Válido</b>	<b>Backpacker</b>	41	31,1%
	<b>Turista</b>	50	37,9%
	<b>Viajante</b>	39	29,5%
	<b>Outro</b>	2	1,5%
	<b>Total</b>	132	100%

**Fonte:** Elaboração própria

Vários foram os motivos pelos quais os jovens justificaram as suas escolhas, para o “*backpacker*”, identificaram-se 8 categorias com base em palavras-chave nas suas respostas.

De salientar que dos 41 jovens que se identificaram como “*backpackers*” apenas 38 justificaram a sua escolha. Desta forma, as categorias são as seguintes: gostam de explorar novos e diferentes locais; gostam da aventura e consideram-se igualmente aventureiros; gostam da natureza e de andar à descoberta; gostam de desportos alternativos; pela forma como viajam; gostam de fazer coisas diferentes; gostam de diversão; gostam de viajar; gostam de realizar “*escapadinhas*”; porque viajam sozinhos; porque viajam de mochila; porque realizam viagens a baixo custo; e porque organizam as suas próprias viagens.

No que diz respeito aos turistas numa amostra com 50 frequências apenas 47 justificaram a sua escolha. Foi realizado uma análise com base em categorias e palavras-chave. Dentro das várias justificações enunciadas foram identificadas as seguintes classes: gostam de conhecer novos locais; gostam de ficar bem alojados; gostam de viajar; gostam de realizar atividades e de visitar as atrações locais; gostam do contato

---

<sup>6</sup> Classificação: de 0,10 a 0,29 a correlação é pequena; de 0,30 a 0,40 a correlação é média; de 0,50 a 1 a correlação é grande. Os valores variam entre -1 a 1. Se o valor for positivo as variáveis evoluem no mesmo sentido mas se for negativo as variáveis evoluem no sentido inverso.

com a natureza; gostam de viajar pelo estrangeiro; gostam de vestígios arqueológicos; e viajam para aumentar o seu conhecimento.

Quanto aos 39 viajantes apenas 38 justificaram a sua resposta. A análise continuou a ser com base na identificação de palavras-chave. Foram identificadas 11 categorias, sendo elas as seguintes: gostam de conhecer novos locais; gostam de viajar; consideram-se viajantes porque realizam muitas viagens a trabalho; gostam de viajar à descoberta de Portugal; viajar permite-lhes relaxar; viajar proporciona-lhes novas experiências; consideram-se viajantes porque viajam frequentemente; viajar permite-lhes conhecer a cultura local; gostam de conhecer locais com muita natureza; planeiam com antecedência as suas viagens; e viajam a estudo.

Ao relacionar esta variável com género e com a faixa etária dos sujeitos conclui-se que os jovens entre os 18 e os 20 vêem-se como “*backpackers*”, enquanto os rapazes dos 21 aos 25 consideram-se “*turistas*” e as raparigas “*backpackers*”. Já dos 26 aos 30 anos consideram-se “*backpackers*” e dos 31 aos 35 anos os homens vêem-se como “*viajantes*” e as mulheres como “*turistas*”.

Ao relacionar ainda a variável da escolaridade e de profissão com o tipo de turista verifica-se que os estudantes e desempregados vêem-se como “*backpackers*”, já os empregados e licenciados vêem-se como “*turistas*”.

Questionou-se quais as três principais motivações que levaram os jovens a viajar, ou seja, a identificação dos fatores “*push*” (referidos por Mohsin & Ryan 2003 na revisão da literatura). A taxa de resposta a esta questão foi de 92,2%.

Ao analisar as frequências permitiu identificar quatro motivações principais como se pode observar na tabela 5.5, sendo elas as seguintes: relaxar (40,9%), fuga ao quotidiano (34,8%), diversão (34,1%), e conhecer novos locais (34,1%).

“*Outros*” motivos foram identificados para além dos propostos no questionário e 4 categorias foram criadas para as 16 respostas. Destacam-se: viagens a trabalho (5,7%), viagens de estudo (4,8%), viagens de dança (0,8%) e viagens para fotografar (0,8%).

O objetivo ao analisar a informação presente no quadro 5.5, baseia-se na hipótese de que a motivação principal dos turistas jovens é desenvolver “*novos conhecimentos*” (H2). Apesar desta motivação não ser uma das principais, ela é identificada pelos jovens com 9,8% da taxa de respostas e em sétimo lugar nas opções identificadas. Conclui-se que este segmento do turista jovem que desenvolve o turismo “*cultural-rural*” tem como

motivação aumentar o seu conhecimento apesar de não ser uma das motivações principais reconhecidas pela amostra mas desenvolvida por esta e que a leva a praticar esta atividade permitindo rejeitar a segunda hipótese.

**Tabela 5.5 – Motivações dos turistas jovens**

Nº	Motivações	Referiu	%	Não referiu	%	Total	%
1	Visitar amigos e familiares	13	9,8%	119	90,2%	132	100%
2	Férias	31	23,5%	101	76,5%	132	100%
3	Conhecer a Cultural Local	32	24,2%	100	75,8%	132	100%
4	Conhecer as Áreas Rurais	15	11,4%	117	88,6%	132	100%
5	<b>Conhecer Novos Locais</b>	<b>45</b>	<b>34,1%</b>	<b>87</b>	<b>65,9%</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>
6	Ter Aventuras	22	16,7%	110	83,3%	132	100%
7	<b>Relaxar</b>	<b>54</b>	<b>40,9%</b>	<b>78</b>	<b>59,1%</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>
8	<b>Divertir</b>	<b>45</b>	<b>34,1%</b>	<b>87</b>	<b>65,9%</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>
9	<u>Aumentar o Meu Conhecimento</u>	<u>13</u>	<u>9,8%</u>	119	90,2%	132	100%
10	Socializar e Criar Novos Contactos	9	6,8%	123	93,2%	132	100%
11	Aprender sobre a História Local	13	9,8%	119	90,2%	132	100%
12	Expandir a Criatividade	9	6,8%	123	93,2%	132	100%
13	<b>Fugir ao Quotidiano</b>	<b>46</b>	<b>34,8%</b>	<b>86</b>	<b>65,2%</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>
14	Voluntariado	2	1,5%	130	98,5%	132	100%
15	Outro	16	12,1%	116	87,9%	132	100%

**Fonte:** Elaboração própria

Ao realizar uma tabulação de referência cruzada no SPSS relacionando a faixa etária dos sujeitos, as categorias (turista, *backpacker* e viajante) e as motivações constata-se que estas variam consoante a idade e o tipo do viajante. Por exemplo, para os jovens entre os 18 aos 20 anos a motivação mais importante é a diversão, já os participantes dos 21 aos 30 indicaram o conhecimento de novos locais e de 31 aos 35 preferem relaxar. Quanto à tipologia do viajante os que se consideraram “*backpackers*” viajaram porque queriam divertir-se, mas os que se identificaram como “*turistas*” e “*vijantes*” realizaram viagens porque pretendiam relaxar.

Com o objetivo de perceber os motivos (designados de fatores “*pull*”) que levaram à escolha de regiões históricas e naturais pelos jovens questionou-se: se o destino oferecia muitas atrações culturais divertidas, quais as três atrações locais que gostariam de visitar e por fim quais as três atividades realizadas.

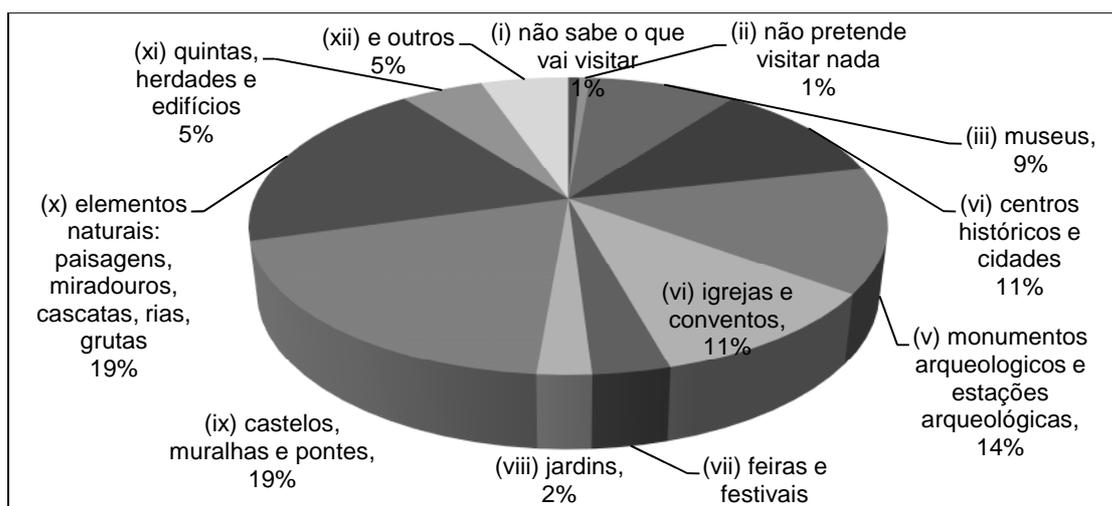
Numa escala de *Likert* (de 1 a 5, sendo 1 não concordo nada, 2 concordo pouco, 3 concordo, 4 concordo muito e 5 concordo completamente) os jovens classificaram a seguinte expressão “*este destino turístico tem muitas atrações culturais divertidas*”. Após analisar a tabela 5.6 apurou-se que 43,1% dos inquiridos concorda com essa afirmação, 31,5% concorda muito e 13,1% concorda completamente. Por outro lado, só 9,2% dos jovens concordam pouco e 3,1% não concordam nada.

**Tabela 5.6 – Opinião dos jovens sobre as atrações culturais do destino**

Classificação	Frequência	%	Média
Não Concordo Nada (1)	4	3,1%	3,42
Concordo Pouco (2)	12	9,2%	
Concordo (3)	56	43,1%	Desvio padrão 0,939
Concordo Muito (4)	41	31,5%	
Concordo Completamente (5)	17	13,1%	Variância 0,882
<b>Total</b>	130	100%	

Fonte: Elaboração própria

Quanto às três atrações culturais locais foram identificadas 12 categorias com base nas respostas, sendo elas as seguintes: (i) não sabe o que vai visitar, (ii) não pretende visitar nada, (iii) museus, (iv) aldeias, centros históricos e cidades (v) monumentos arqueológicos e estações arqueológicas, (vi) igrejas e conventos, (vii) feiras e festivais, (viii) jardins, (ix) castelos, muralhas e pontes, (x) elementos naturais: paisagens, miradouros, cascatas, rias, grutas, (xi) quintas herdades e edifícios, (xii) e outros.



**Gráfico 5.1 - Atrações identificadas pelos jovens**

Fonte: Elaboração própria

Após analisar o gráfico 5.1 verifica-se que as três atrações principais que os jovens gostariam de visitar localmente são: elementos naturais (19%), castelos, muralhas e pontes (19%), os monumentos arqueológicos e estações arqueológicas (14%). Todas estas atrações situam-se dentro da categoria do património cultural indicado por Xerardo Pérez (2009) como tipologia de atração existente num determinado destino turístico.

No que diz respeito às atividades realizadas solicitou-se aos jovens a identificação de três atividades turísticas desenvolvidas no destino de uma lista de doze sugestões. A taxa de resposta a esta questão foi de 96,7%.

De acordo com a análise à tabela 5.7 “*passar e caminhar*” na região foi a principal atividade desenvolvida, seguida da “*visita a sítios históricos e monumentos*” e por fim a “*lugares naturais*”. Contudo, quatro outras atividades foram identificadas, como: “*descontrair na explana da pousada*”, “*não pretendo realizar atividades*”, “*não pretendo visitar nada*”, e “*pretendo vender produtos*”.

**Tabela 5.7 – Atividades desenvolvidas pelos jovens**

Nº	Atividades	(N) referiu	%	(N) não referiu	%	(N) Total	%
1	<b>Visitar sítios históricos e monumentos locais</b>	<b>78</b>	<b>59,1%</b>	<b>54</b>	<b>40,9%</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>
2	<b>Passear e caminhar na região</b>	<b>81</b>	<b>61,4%</b>	<b>51</b>	<b>38,6%</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>
3	Realizar atividades desportivas	14	10,6%	118	89,40%	132	100%
4	Visitar museus	27	20,5%	105	79,5%	132	100%
5	Comprar nas lojas de comércio local	15	11,4%	117	88,6%	132	100%
6	Procurar conviver com a comunidade local	18	13,6%	114	86,4%	132	100%
7	<b>Visitar lugares naturais</b>	<b>65</b>	<b>49,2%</b>	<b>67</b>	<b>50,8%</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>
8	Procurar novas experiências	36	27,3%	96	72,7%	132	100%
9	Participar em eventos culturais e festivais	14	10,6%	118	89,4%	132	100%
10	Visitar edifícios religiosos	13	9,8%	119	90,2%	132	100%
11	Visitar áreas arqueológicas	18	13,6%	114	86,4%	132	100%
12	Outro	4	3%	128	97,0%	132	100%

**Fonte:** Elaboração própria

De acordo com as atividades apresentadas e analisadas, observa-se que 42,8% das respostas dizem respeito às atividades de natureza, enquanto 57,2% correspondem às atividades sócio-culturais de acordo com as categorias desenvolvidas por Gómes (1988) e identificadas na revisão da literatura.

Em suma, os jovens consideraram o destino atrativo em termos culturais e tanto as atrações como as atividades desenvolvidas centram-se nas categorias naturais e culturais da região registando uma tendência por uma procura de regiões histórico-naturais tendo em conta uma prática de turística atrativa como o turismo “*cultural-rural*”.

Perceber se um destino turístico apresenta características de risco na perceção dos turistas jovens permite saber se o comportamento desenvolvido altera-se em virtude desse conhecimento. Nesse sentido, pressupõe-se que o comportamento dos jovens varia de acordo com a perceção do nível de segurança do destino (H3).

Sendo assim, questionou-se aos participantes se a segurança desenvolvida durante a viagem estava a ser colocada em causa. As opções basearam-se numa escala de *Likert* de 1 a 5 (sendo 1 nada seguro, 2 pouco seguro, 3 seguro, 4 muito seguro, 5 completamente seguro).

**Tabela 5.8 – Perceção do nível de segurança dos jovens**

Nº	Classificação	Frequência	%	Média
1	Nada seguro	0	0%	3,92
2	Pouco seguro	1	0,8%	<b>Desvio padrão</b> 0,727
3	Seguro	37	28%	
4	Muito Seguro	65	49,2%	<b>Variância</b> 0,529
5	Completamente Seguro	29	22%	
<b>Total</b>		132	100%	

**Fonte:** Elaboração própria

Após analisar a tabela 5.8 verifica-se que 49,2% dos inquiridos sentiam-se “*muito seguros*”, seguido de “*seguros*” com 28% e “*completamente seguros*” com 22%. A média com um valor de 3,92 reflete um nível aproximado a uma categoria “*muito segura*”.

Apesar da perceção dos jovens sobre o nível de segurança ser bastante positivo, solicitou-se aos inquiridos a seleção de dois comportamentos de uma lista de oito opções, sendo a última opção de resposta aberta. A taxa de resposta a esta questão foi de 96,6% equivalente a 255 opções das 264 esperadas.

Destacam-se as expressões “*sinto-me relaxado por me encontrar num ambiente diferente, mas ao mesmo tempo familiar*” com 60,6%, e “*sinto-me descontraído por não desenvolver atividades de responsabilidade*” com 59,8% (tabela 5.9).

Três outros comportamentos foram também identificados, como: “*adoro o campo, o ar livre e não ter responsabilidades podendo fugir da rotina*” (0,7%), “*sinto-me motivada*” (0,7%) e “*sinto-me cansada*” (0,7%).

**Tabela 5.9 – Comportamentos dos jovens**

Nº	Comportamentos	(N) sim	%	(N) não	%	(N) Total	%
1	<b>Sinto-me <i>descontraído</i> por não desenvolver atividades de responsabilidade;</b>	79	59,8%	53	40,2%	132	100%
2	Sinto-me mais <i>desinibido</i> por poder realizar atividades que normalmente não faço;	48	36,4%	84	63,6%	132	100%
3	Sinto-me <i>nervoso</i> por conhecer pessoas diferentes	5	3,8%	127	96,2%	132	100%
4	<b>Sinto-me <i>relaxado</i> por me encontrar num ambiente diferente, mas ao mesmo tempo familiar;</b>	80	60,6%	52	39,4%	132	100%
5	Não sinto nada de novo pois a experiência <i>não está a satisfazer as necessidades</i> que procurava com esta viagem;	5	3,8%	127	96,2%	132	100%
6	O ambiente local desmotivou-me e sinto-me, por isso, <i>dececionado</i>	0	0%	132	100%	132	100%
7	O ambiente local transmitiu-me uma sensação de segurança sentindo-me, por isso, <i>protegido</i> o que me leva a realizar mais atividades e a divertir;	37	28%	95	72%	132	100%
8	Outro	3	2,3%	129	97,7%	132	100%

Fonte: Elaboração própria

Uma série de testes *t-student* foram desenvolvidos permitindo comparar as médias entre as variáveis de segurança com as do comportamento (tabela 5.10). Para a hipótese nula assumiu-se que o comportamento dos sujeitos é o mesmo independentemente do nível de risco percebido, enquanto a hipótese alternativa refere que o comportamento dos sujeitos varia de acordo com a perceção do nível de segurança do destino (H3).

**Tabela 5.10 – Comparação das médias entre o nível de segurança e o comportamento**

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
Valor do teste	35,177	30,857	30,662	32,490	30,238	30,409	27,706	30,042
Graus de liberdade	131							
Significância	0,000							
Correlações	0,128	0,051	0,089	-0,044	0,034	-	-0,158	-0,016

Fonte: Elaboração própria

Com um nível de significância de 0,000 rejeita-se a hipótese nula e comprova-se a terceira hipótese. O nível de segurança é de 95% de diferença entre as médias, com 131 graus de liberdade.

Outros autores como Carr (2002 a), Eiser & Ford (1995), identificados na revisão da literatura, mencionaram que o comportamento desenvolvido é influenciado pelo ambiente dos destinos e pela comunidade. Neste sentido, questionou-se aos jovens se sentiram que os fatores os levaram a desenvolver comportamentos diferentes.

As opções das respostas são apresentadas em escala de *Likert* desde 1 “*não fui influenciado*” até 5 “*completamente influenciado*”. Apenas 35,6% indicou um certo nível de influencia por parte da comunidade, enquanto 34,1% mencionou “*sentir-se pouco influenciado*”. A média com um valor de 2,56 traduz-se num índice de impacto reduzido de acordo com as opiniões dos inquiridos.

Maoz (2007) indica que o nível de influência do destino leva o sujeito a desenvolver comportamentos diferentes, analisado na revisão da literatura. Após o tratamento de dados e análise de informação apurou-se que 72,1% da amostra manteve o mesmo grau, 22,5% variou e 5,4% baixou de grau de afetação.

Após relacionar os dados da influência com a variação de comportamento, através de uma referência cruzada de dados no SPSS, verifica-se que os jovens sentiram alguns efeitos da comunidade, desenvolvendo o mesmo comportamento durante a viagem, enquanto o único sujeito que se sentiu completamente influenciado indicou que o comportamento desenvolvido não foi sempre o mesmo. Regista-se a partir desta informação uma tendência para que o comportamento desenvolvido pelos turistas jovens seja suscetível às percepções e ao ambiente dos destinos.

Autores como Phau, Shanka, & Dhayan (2009) referem que o destino turístico desenvolve diferentes produtos de acordo com a variedade de atributos existente em cada região como analisado na revisão. Cada produto permite o desenvolvimento de experiências diferentes. As experiências podem ser satisfatórias ou insatisfatórias de acordo com as necessidades de cada sujeito. Assim, tendo em conta o produto turístico “*cultural-rural*” (identificado na revisão da literatura e consumido pelos jovens), a composição dos destinos por património que viram atrações aos olhos dos jovens turistas pressupõe-se que quando os jovens consomem a componente tangível do património cultural sentem-se satisfeitos (H4).

Os inquiridos classificaram o seu nível de satisfação perante os vários atributos culturais da região da seguinte forma:

- “*Muito satisfeitos*” - com a diversidade das atrações culturais (46,2%), com a qualidade das atrações existentes (42%), e com facilidade perante a identificação das atrações (34,8%).
- “*Satisfeitos*” – com a disponibilidade de atividades culturais e recreativas (48,5%), com a disponibilidade e facilidade na recolha da informação (38,2%), com os preços das atrações (42%), e com a deslocação e utilização das vias de tráfego (47,7%).
- “*Não têm opinião*” – perante a disponibilidade de transportes públicos para as atrações turísticas (34,6%).

O teste *t-student one sample* foi realizado permitindo comparar as médias dos vários atributos e os valores podem ser consultados na tabela 5.11.

**Tabela 5.11 – Médias dos atributos culturais da região**

Nº	Atributos	Média
1	Atrações existentes	3,64
2	Atividades culturais e recreativas	3,33
3	Informação turística cultural	3,52
4	Qualidade das atrações existentes	3,58
5	Preço das atrações turísticas	3,48
6	Deslocação para atrações turísticas	3,24
7	Transportes públicos	2,70
8	Identificação das atrações	3,36

**Fonte:** Elaboração própria

Com um valor do teste = 0 a hipótese nula diz respeito a uma satisfação média igual a 0 (os jovens estão insatisfeitos) e a hipótese alternativa identifica uma satisfação média  $\neq 0$  (os jovens estão satisfeitos). Com um nível de significância de 0,000 permite rejeitar a hipótese nula (*sig*  $\leq$  0,05) e afirmar diferenças entre as médias dos vários atributos com níveis de satisfação positivos. O intervalo de confiança é de 95% para a diferença das médias permitindo assumir que os jovens sentem-se satisfeitos quando consomem a componente tangível do património cultural dos destinos, confirmando desta forma a quarta hipótese.

Como analisado na revisão da literatura os autores Ross & Iso-Ahola (1991) referiram que os turistas realizavam viagens porque tinham a necessidade de satisfazer uma determinada motivação. Desta forma, motivações e satisfações encontram-se interligadas.

Após questionar os jovens acerca da satisfação das suas necessidades (o que os levou a realizar esta viagem), 62,5% indicaram sentir-se “*satisfeitos*”, 28,1% “*muito satisfeitos*”, 6,3% “*completamente satisfeitos*” e 3,1% “*pouco satisfeitos*”.

Ao relacionar esta variável com as quatro motivações principais através de uma tabulação cruzada de dados, verificou-se que estavam:

- “*Satisfeitos*” - os que os que pretendiam conhecer novos locais (66,7%), os que viajaram para relaxar (64,3%) e os jovens que se deslocaram para fugir ao quotidiano (61,5%);
- “*Muito satisfeitos*” – os que viajaram para se divertir (50%).

#### **5.1.1.4. Dados sobre a estadia**

Das várias formas de alojamento económico que compõem o leque de escolhas dos turistas jovens surge as pousadas de juventude como modalidade de alojamento. O perfil do turista jovem não fica completo sem perceber o que o leva a escolher as pousadas de juventude como modelo de alojamento em áreas rurais, qual o valor despendido, qual o nível de importância e satisfação perante as comodidades que compõem o alojamento e ainda o envolvimento do turista nas várias funcionalidades do estabelecimento.

Autores como Loker-Murphy & Pearce (1995) e Dams (2008), mencionados na revisão da literatura, referem que a escolha de algumas das modalidades de alojamento encontra-se associada ao preço dos estabelecimentos e às suas características. Desta forma, questionou-se aos jovens quais as quatro motivações principais que os levaram a escolher as pousadas de juventude e qual o valor despendido na estadia.

Ao analisar a tabela 5.12 verifica-se que os inquiridos ficaram alojados na pousada de juventude devido aos preços económicos do estabelecimento (76,5%), às boas condições (54,5%), às boas comodidades como o “*wi-fi*”, à cozinha e à lavandaria de alberguista (28,8%) e por último, à área envolvente, interessante e rica em história (28%).

**Tabela 5.12 – Motivos para a escolha das pousadas de juventude**

Razões para a escolha das Pousadas de Juventude	(N) referiu	%	(N) não referiu	%	(N) Total	%
<b>O preço era mais económico;</b>	<b>101</b>	<b>76,5%</b>	<b>31</b>	<b>23,5%</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>
Apresenta determinados aspetos como a oportunidade de conhecer pessoas de outras culturas;	9	6,8%	123	93,2%	132	100%
Oferece uma experiência mais real;	8	6,1%	124	93,9%	132	100%
Porque já era membro;	34	25,8%	98	74,2%	132	100%
Tem um ambiente seguro;	23	17,4%	109	82,6%	132	100%
Tive mais facilidade em realizar a reserva;	17	12,9%	115	87,1%	132	100%
<b>Apresenta determinadas facilidades (wi-fi, cozinha e lavandaria de alberguista) à disposição do cliente;</b>	<b>38</b>	<b>28,8%</b>	<b>94</b>	<b>71,2%</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>
Apresenta pacotes culturais interessantes que gostava de experimentar;	7	5,3%	125	94,7%	132	100%
<b>As condições de alojamento são muito boas;</b>	<b>72</b>	<b>54,5%</b>	<b>60</b>	<b>45,5%</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>
Oferece bons descontos;	33	25%	99	75,0%	132	100%
Já tinha realizado, gostei da experiência e voltei a praticar;	32	24,2%	100	75,8%	132	100%
Foi recomendado por outros;	14	10,6%	118	89,4%	132	100%
A localização da pousada oferece vantagens;	35	26,5%	97	73,5%	132	100%
<b>A área envolvente é bastante interessante e rica em história;</b>	<b>37</b>	<b>28%</b>	<b>95</b>	<b>72%</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>
Tem formas de pagamento acessíveis;	7	5,3%	125	94,7%	132	100%
O ambiente da pousada de juventude é atrativo, deixando-me mais à vontade do que noutras unidades de alojamento;	31	23,5%	101	76,5%	132	100%
Outro;	4	3%	128	97,0%	132	100%

**Fonte:** Elaboração própria

Outros motivos foram identificados: “a utilização de cheque prenda”, “é um alojamento bom para estar entre família e amigos”, “é ótimo para realizar reservas” e a região onde estava inserida a pousada, foi considerada “um dos locais mais bonitos de Portugal”.

Quanto ao valor despendido pelos jovens no estabelecimento e presente na tabela 5.13 registou-se principalmente gastos inferiores a €15 (29,5%).

**Tabela 5.13 – Valor despendido no alojamento**

<b>Categorias</b>	<b>n (Frequência)</b>	<b>N (Total)</b>	<b>% (Percentagem)</b>
<b>≤ €15</b>	39	132	29,5%
<b>€16 a €30</b>	31		23,5%
<b>31€ a 50€</b>	33		25,0%
<b>€51€ a €70</b>	19		14,4%
<b>≥ €71</b>	10		7,6%

**Fonte:** Elaboração própria

Apesar dos vários motivos identificados foi o valor económico do estabelecimento que se destacou como fator principal para a escolha das pousadas de juventude e a maioria dos sujeitos (51,9%) que referiram esse fator indicaram gastos de alojamento inferiores a €15.

As pousadas de juventude são compostas por um ambiente informal característico que as diferencia das outras modalidades de alojamento, disponibilizando uma variedade de serviços.

Com base no princípio de que as pousadas de juventude dispõem comodidades que satisfazem as necessidades dos turistas jovens (H4) e tendo em conta que a satisfação é medida através da perceção dos turistas sobre o serviço que lhes foi proporcionado solicitou-se aos jovens o preenchimento de uma tabela com o nível de importância e de satisfação sobre os vários atributos do estabelecimento. As opções de resposta encontravam-se em escala de *Likert* de 0 a 5 (sendo 0 não sei, 1 nada importante ou insatisfeito e 5 importantíssimo ou completamente satisfeito).

Um teste *t-student one sample* foi realizado à amostra com objetivo de identificar diferenças entre o nível de importância e o nível de satisfação. Os resultados sobre a média dos atributos poderão ser consultados através da análise à tabela 5.14. De referir, que o valor do teste é 0, com um nível de confiança de 95% para a diferença entre as médias. Quanto ao nível de significância é de 0,000 por variável o que nos permite afirmar diferenças nas médias dos atributos com níveis de satisfação positivos, confirmando desta forma a quarta hipótese.

Em alguns casos verifica-se um nível de importância superior ao da satisfação. Esses resultados representam uma necessidade urgente em reformular a qualidade ao serviço/atributo. Por outro lado, onze atributos foram identificados com uma qualidade superior à esperada (satisfação superior à importância), destaca-se: a simpatia dos funcionários, o acesso a cacifos, o acesso à internet, a aparência da pousada, o

conhecimento dos funcionários em relação às atividades e às atrações locais, a existência de parque de estacionamento, a existência e funcionamento de lavanderia e cozinha de alberguista, a disponibilização de TV satélite, o acesso a telefones públicos, e o cumprimento das normas de silêncio.

Apenas um atributo (a diversidade na tipologia de quartos) oferece uma quantidade de qualidade necessária satisfazendo por completo os jovens turistas. De realçar, novamente, o custo da estadia como fator mais importante para a escolha das pousadas de juventude (com uma média de 4,36).

**Tabela 5.14 – Frequência dos atributos das pousadas de juventude por nível de importância e de satisfação**

Nº	Atributos	Média da importância	Média da satisfação
1	Simpatia dos funcionários;	4,42	4,45
2	Proteção e segurança da pousada;	4,52	4,42
3	Existência de uma sala comum ou sala de convívio;	4,24	4,18
4	Limpeza geral (limpeza dos quartos, wc's, sala, espaço exterior....);	4,39	4,27
5	Acesso a cacifos;	3,55	3,64
6	Acesso a internet grátis (rede WI-FI);	4,09	4,12
7	Aparência da pousada;	4,06	4,15
8	Custo da estadia	4,36	4,15
9	Conhecimento dos funcionários em relação às atividades e atrações locais;	4,06	4,12
10	Encontra-se perto de atrações turísticas;	3,88	3,61
11	Encontra-se perto de transportes;	3,67	3,52
12	Facilidade na realização de reservas;	4,30	4,27
13	Parque de estacionamento;	3,97	4,12
14	Existência e funcionamento da lavanderia de alberguista;	3,58	3,73
15	Existência e funcionamento da cozinha de alberguista	3,70	4,76
16	Existência de jogos e áreas de lazer (piscina; mesa de snooker; ...)	3,70	3,45
17	Disponibilização de pacotes turísticos;	3,58	3,36
18	Bar em funcionamento;	3,76	3,58
19	Existência e funcionamento de serviço de refeições (almoço; jantar);	3,76	3,48
20	Disponibilização de TV Satélite;	3,67	3,82
21	Acesso a telefones públicos;	3,15	3,24
22	Cumprimento das normas de silêncio;	4,03	4,24
23	Diversidade na tipologia de quartos (múltiplos, duplos, de casal, apartamento, adaptado, <i>bungalows</i> , familiares);	4,36	4,36

**Fonte:** Elaboração própria

Após analisar toda a informação podemos afirmar uma tendência por parte dos turistas jovens para se considerarem satisfeitos. De referir que 98,4% dos jovens pretendem ficar novamente alojados numa pousada e só 1,6% indicaram que não. Estes últimos referiram a falta de tempo e as más condições do alojamento (como o barulho fora de horas), enquanto a maioria indicou a simpatia dos funcionários, as boas condições, o sentimento de segurança e de conforto, a boa qualidade do serviço, o contacto com outras pessoas, a boa relação qualidade/preço, a boa acessibilidade, os descontos que são efetuados e a existência de determinadas “*facilidades*” como cozinha e lavandaria de alberguista. Com estas características pode-se afirmar que as pousadas de juventude desenvolveram-se e adaptaram-se em torno das necessidades do mercado turístico jovem.

De acordo com Dams (2008) e como já referido, novas funcionalidades foram introduzidas como a oferta de pacotes turísticos e de descontos de maneira a atrair e a aumentar os períodos de permanência dos turistas. Desta forma, questionou-se aos jovens quantas noites ficaram alojados no estabelecimento, se tinham conhecimento sobre a oferta de pacotes turísticos por parte da pousada, se foram utilizados, e no caso de não terem sido se a sua falta não influenciou a duração da estadia.

Com base na informação das diversas variáveis do questionário podemos afirmar que os jovens ficaram alojados durante pouco tempo (2,5 noites em média) e 70,5% não tinham conhecimento da oferta de pacotes turísticos. Tendo em conta que 73,9% dos sujeitos tiveram conhecimento deste serviço não o utilizaram e todos os outros que indicaram que a sua falta não influenciou a duração da estadia, registou-se uma tendência para o desconhecimento do serviço e dos seus benefícios. Já todos os que utilizaram referiram que se tinham divertido e que estiveram em contacto com a cultural local. Quanto aos que não utilizaram mencionaram a falta de tempo e de interesse, a pré-duração da estadia e do roteiro.

Correlacionando a duração da estadia com a duração da viagem através do coeficiente de *Pearson* verifica-se que as duas variáveis estão fortemente associadas. A correlação é grande e positiva ( $r = 0,741$ ,  $p < .001$ ) de acordo com a classificação atribuída por Cohen (1988) com um valor de .741 (74,1%) e uma significância de 0,000. Pode-se afirmar que jovens que compõem a amostra não realizam roteiros entre destinos (designados de *inter-rails* ou carreiras turísticas como abordado na revisão da literatura) visto que o número de noites despendidas nos alojamentos é aproximado à duração da viagem.

Durante a sua estadia verificou-se que não usufruíram de algumas das novas funcionalidades como a oferta dos pacotes turísticos e dos descontos, visto que apenas 5,3% da amostra indicou a escolha da pousada com base nos pacotes e 25% (um quarto da amostra) referiu os descontos.

### **5.1.2. Análise e discussão do inquérito por entrevista**

Depois de realizada a análise a todos os inquéritos por questionário procedeu-se à análise da informação das entrevistas aos treze responsáveis das pousadas. Para o tratamento das entrevistas foram criadas categorias com base na informação e palavras-chave. Relembrando os participantes, foram:

- (E1) Pousada de Juventude de Foz Côa;
- (E2) Pousada de Juventude de Melgaço;
- (E3) Pousada de Juventude de Castelo Branco;
- (E4) Pousada de Juventude de Ponte de Lima;
- (E5) Pousada de Juventude de Idanha-a-Nova;
- (E6) Pousada de Juventude de Alijó;
- (E7) Pousada de Juventude de Lousã;
- (E8) Pousada de Juventude de Vilarinho das Furnas;
- (E9) Pousada de Juventude de Penhas da Saúde;
- (E10) Pousada de Juventude de Alvados/Porto de Mós;
- (E11) Pousada de Juventude de Viseu;
- (E12) Pousada de Juventude de Vila Nova de Cerveira;
- (E13) Pousada de Juventude de Alcoutim;

#### **5.1.2.1. Caracterização dos estabelecimentos**

A escolha das pousadas de juventude como modelo de alojamento preferido dos jovens não se enquadra só no valor económico do serviço, mas também na associação com os diversos fatores que tem para oferecer ao público. Muitos turistas procuram combinar os baixos preços praticados pelos estabelecimentos com as facilidades que estes oferecem, tornando-se importante perceber a que ritmo as pousadas de juventude se encontram.

No quadro 5.1 podem ser consultadas as várias características dos estabelecimentos e no quadro 5.2 algumas categorias referentes ao desenvolvimento das pousadas de juventude em áreas rurais.

Ao analisar as características (presente no quadro 5.1) dos vários alojamentos, deparamo-nos com um padrão ou tipologia de estruturas específicas das empresas em áreas rurais. As equipas são relativamente pequenas, compostas apenas pelo quadro mínimo de funcionários, como por exemplo “1 responsável + 2 rececionistas + 2 auxiliares de limpeza + 2 porteiros” (E1, E2, E3, E5, E6, E7, E10, E11, E12). A sua capacidade em média apresenta uma lotação de 82 camas por estabelecimento. O desenvolvimento da prática turística em comunidades isoladas através dos estabelecimentos hoteleiros é umas das especificidades da oferta do turismo rural (IESE, 2008). As pousadas de juventude surgem como modelo de alojamento que apesar da sua diversa tipologia e da sua distinta localização acaba por compor um modelo de alojamento específico e característico que poderá complementar a oferta da atividade turística rural.

Apesar de alguns estabelecimentos serem relativamente recentes e edificados com o objetivo de se tornarem diretamente em pousadas (E1, E2, E4, E5, E6, E7, E10), muitos outros foram reconstruídos e requalificados para poderem ser enquadrados na rede (E3, E8, E9, E11, E12, E13), uma vez que as pousadas de juventude em Portugal estão relacionadas com o caráter militar da sociedade portuguesa presente dos anos 60 (Movijovem, s.d) e com os pequenos albergues associados a centros e clubes para jovens (Loker-Murphy & Pearce, 1995).

Ainda assim, vários estabelecimentos como é o caso da Pousada de Juventude de Vila Nova de Cerveira reconstruída sobre a “*escola primária da região*” (E12) apresenta características que remontam às origens das pousadas de juventude, seguindo o exemplo do já mencionado professor Richard Schirrmann, que utilizou as escolas primárias da Alemanha como dormitórios para os jovens como analisado na revisão da literatura.

**Quadro 5.1 - Características dos estabelecimentos**

Temas								
Características do Estabelecimento (Temática)	Nº	Equipa	Idade do Estabelecimento	Graduação	Influência das características	Método de reservas	Quantidade de camas	Principais termos identificados
	E1	7	13	4	Sim, "sem determinados atributos os pinheiros são retirados"	Telefone e Email	74 camas	- Funcionários; - Idade; - Pinheirinhos; - Características; - Realizar reservas; - Camas;
	E2	7	7	5	Sim, "as pousadas mais antigas não têm determinadas características"	Telefone e Email	60 camas	
	E3	7	7	3	Não, "é uma pousada de passagem e a maioria dos clientes não necessita"	Linha de juventude e telefone	64 camas	
	E4	6	10	3	Mais ou menos, "a graduação pode estar relacionada com os serviços que prestamos", "a idade não influencia as características da pousada"	Email e telefone	50 camas	
	E5	7	5	3	Não, "a pousada tem características diferentes das restantes"	Email e telefone	68 camas	
	E6	7	4	4	Não, "porque há outras pousadas que são mais antigas e têm mais pinheirinhos"	Telefone	70 camas	
	E7	7	6	4	Sim, "influencia sem dúvida (...) o facto de ter 4 pinheiros influencia o nível de qualidade"	Telefone	65 camas	
	E8	10	25	5	Sim, "influenciam, mas mais a classificação e não tanto a idade"	Email e telefone	198 camas	
	E9	9	35	3	Sim, "principalmente a graduação"	Email e telefone	163 camas	
	E10	7	6	4	Sim, "por um lado da credibilidade, por outro os clientes já sabem com o que podem contar"	Email e telefone	53 camas	
	E11	7	21	2	Sim, "a pousada é relativamente pequena, (...) inicialmente pertencia ao IPDJ (...), portanto as condições são essencialmente mínimas"	Reservas diretas ao balcão	66 camas	
	E12	7	5	4	Sim, "influencia sempre porque determinados serviços não existem nas pousadas mais antigas"	Email e telefone	62 camas	
E13	4	22	4	Mais ou menos, "existem pousadas mais recentes (...) que não tem certas condições para atingir um nível de pinheiros"	Telefone	72 camas		

Fonte: Elaboração própria

A graduação (quantidade de pinheirinhos) encontra-se presente nas pousadas de juventude que fazem parte do estudo. Sendo estabelecimentos classificados com uma boa cotação apresentam em média de 3,69 (4 pinheirinhos) por estabelecimento. Esta informação vai de encontro aos sistemas de qualificação apresentada por Dams (2008) na revisão da literatura.

Alguns autores (Nash, Thyne, & Davies, 2006; Dams, 2008) referem que estas classificações são atribuídas de acordo com as características e serviços da pousada e ainda com a idade do próprio estabelecimento. Isto é, quanto mais recentes mais serviços terão à disposição dos turistas em relação aos estabelecimentos mais antigos, por exemplo verificamos no capítulo IV que algumas pousadas de juventude sofreram melhorias nas condições de alojamento após o 25 de Abril. Apesar da grande maioria dos entrevistados concordar com esta situação, alguns referem que os “*clientes não dão valor a estas características*” (E3), ou então afirmam que existem pousadas mais recentes que não dispõem de determinadas facilidades (E4, E6, E13).

Apesar da OMT & WYSE Travel Confederation (2008) referirem que 29% das reservas nas pousadas são realizadas através da internet os entrevistados não mencionaram esse método, sendo as “*reservas online extremamente raras*” (E4), apresentando uma tendência para reservas feitas ao telefone e email, considerado por estes, o(s) método(s) mais utilizado(s) supracitado por muitos como sendo “*50% para cada um*” ou “*estando muito equiparados*” (E1, E2, E4, E5, E8, E9, E10, E12).

Quanto ao desenvolvimento das pousadas de juventude nos últimos anos, a grande maioria das respostas aponta para um decréscimo ocupacional (quadro 5.2) principalmente no último ano indicando a crise do país como fator principal (E6, E10, E12, E13).

“*As pessoas não saem tanto em relação aos últimos anos*” (E13) afirmaram e “*ao certo não se sabe se é desta crise que tem-se vindo a instalar*” (E12). Associada ainda a esta situação os responsáveis indicaram problemas com as “*políticas comerciais*” (E10). As quebras começaram a registar-se a partir de 2011 sendo 2012 um dos anos mais dramáticos (E5, E6, E10, E11), afirmando que, “*este ano [2012] tivemos uma quebra de 22%*” (E10), e ainda “*este ano [2012] temos menos [turistas] do que nos 2 últimos anos*” (E11).

Outro fator associado às quebras ocupacionais é a concorrência entre as pousadas e outras unidades de alojamento existentes nas regiões que praticam preços económicos e

acessíveis ao público. A pousada de juventude de Ponte de Lima é um dos exemplos desta situação, afirmando que “*com a abertura do albergue (...) notou-se muito esta diminuição da ocupação*” (E4).

**Quadro 5.2- Desenvolvimento das unidades com base em subcategorias**

Temática – Desenvolvimento das pousadas de juventude em áreas rurais		
Temas	Unidades de Registo	Principais Termos identificados
Tendência negativa de dormidas nas pousadas de juventude nos últimos 5 anos	Diminuição da ocupação das pousadas de juventude (E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12, E13);	- Níveis de ocupação; - Tem mantido; Tem aumentado; Tem diminuído; Tendência geral; Últimos 5 anos;
As pousadas de juventude em áreas rurais apresentam períodos sazonais	Períodos sazonais (época alta e verão) - Meses junho, julho, agosto setembro (E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E10, E11, E12, E13); Períodos da semana e épocas festivas – Fim de semana (E5, E6, E10, E12, E13), páscoa e carnaval (E10);	- Períodos semanais, - Períodos mensais; - Ocupação;
As pousadas de juventude em áreas rurais oferecem experiências culturais e de natureza em relação às pousadas de juventude em áreas urbanas	“ <i>Descanso diferente</i> ” (E1, E4, E7); “ <i>Ambiente familiar</i> ” (E2, E3, E5); “ <i>Convivência entre pessoas</i> ” (E2,E3,E5); “ <i>Sítio seguro</i> ” (E3); “ <i>Procura por algo local e diferente</i> ” (E6); “ <i>Contacto com o património natural e cultural</i> ” (E8,E10,E12);	- Contacto entre pessoas com a natureza e o cultural; - Sítio calmo; Familiar; -Local tradicional;
Os destinos onde estão inseridas as pousadas de juventude oferecem uma variedade de atividades socioculturais e de natureza	“ <i>As vezes (...) pensam que o meio rural não tem muito para fazer, mas há uma imensidade de coisas que se podem realizar, desde atividades ao ar livre [como]: rapel, andar a cavalo, percursos pedestres, andar de canoa, andar de barco, andar de mota de água (...)</i> ” (E5); “ <i>Permite aos nossos clientes observar as casas «abrazonadas» (...) realizar atividades relacionadas com (...) os percursos pedestres através das aldeias serranas</i> ” (E7); “ <i>Quem vem para aqui procura (...) a realização de atividades ao ar livre</i> ” (E8); “ <i>Permite a prática de desportos de inverno</i> ” (E9).	- Atividades que podem desenvolver; - Oferta do destino;

**Fonte:** Elaboração própria

O encerramento precoce das pousadas para períodos de férias durante um mês completo é considerado segundo o responsável da pousada de juventude de Idanha-a-

Nova, outro fator que ajuda ao fraco desenvolvimento dos estabelecimentos afirmando que de *“facto (...) fechamos um mês inteiro influenciou muito nos nossos números”* (E5).

Em contrapartida três outras unidades de alojamento registaram valores diferentes. Por exemplo, duas assinalaram uma ocupação neutra e estável em relação às restantes afirmando que *“tem-se mantido em relação aos valores dos anos anteriores”* (E1) e *“nos tempos que correm não está mau”* (E2). Por fim, apenas um responsável indicou aumento nos registos ocupacionais afirmando que a ocupação *“tem aumentado, porque a pousada só há pouco tempo é que se tem tornou conhecida”* (E2).

Situação que está relacionada, conforme expõe o responsável de Melgaço, com a divulgação do estabelecimento tanto por parte da comunidade como pelos turistas, referindo que *“(...) a pousada começa a ser mais conhecida, começa a ser mais divulgada (...) [estando] sempre a crescer (...) e a desenvolver-se”* (E10). Em termos de ocupação as pousadas de juventude apresentam-se no mercado como estabelecimentos sazonais (quadro 5.2). Existe uma tendência pela procura em época alta principalmente nos meses de Junho a Setembro, porque *“a grande maioria dos portugueses faz férias nessa altura”* (E5), durante os fins de semana de sexta até domingo em épocas normais (E5, E6, E10, E12, E13) e, ainda, em períodos festivos como por exemplo a Páscoa, o Carnaval, as festas locais e os feriados (E10, E13).

Esta tendência não se torna exclusiva da época alta, alguns responsáveis apontam outras épocas como Dezembro (E3), Maio a Março (E5), Maio e Outubro (E7), Abril (E10), Abril e Maio (E12), e de *“15 de Dezembro até finais de Abril”* (E9).

Vários são os motivos que levam a alternar os períodos. No caso de Penhas da Saúde (E9) encontra-se obviamente associado *“à prática desportos de inverno”* desenvolvidos na Serra da Estrela. Nas restantes pousadas, apesar de *“variar de ano para ano”* (E3, E7, E6) o período da primavera destaca-se por ser uma época propícia para realizar atividades visto que *“o tempo é mais agradável”* (E12). Outros responsáveis referem a realização de provas de desporto e aventura nas localidades (E7). *“Mas (...) apesar disso é sempre difícil bater o mês de Agosto, porque esse mês indiscutivelmente é o melhor (...) para quase todas as pousadas”* (E5).

Situação idêntica repete-se com o período de maior ocupação semanal de alguns estabelecimentos com um registo ocupacional satisfatório em relação aos dias habituais da semana, como por exemplo, de quinta a terça na pousada de juventude de Alijó devido a *“clientes fixos [como] professores e pessoal da área técnica, psicólogos, [e]*

*peçoal que está (...) a trabalhar na barragem do Tua*” (E6) deixando o fim de semana para o turista “*habitual*”, como casais e individuais, e de quarta a sábado na pousada de juventude de Vila Nova de Cerveira devido aos “*estudantes*” (E12).

Todos estes registos enquadram-se na descrição dos componentes pela procura do turismo rural abordados no capítulo III. Existe uma grande tendência pela sazonalidade apontado pelo autor Xerardo Perez (2009) marcando períodos como o verão e páscoa, e ainda uma procura por espaços fora de época indicado pela autora Catarina Leal (2001) como os fins de semana durante os vários meses do ano.

De forma a perceber melhor a tendência pela procura das pousadas de juventude pelos jovens em áreas rurais foi questionado aos responsáveis se “*os estabelecimentos em relação às outras pousadas de juventude ofereciam uma experiência diferente?*” (85% das respostas foram positivas - 11 de 13 entrevistados responderam que “*sim*”). Ao analisar a informação no quadro 5.2 foi possível verificar que as experiências que diferenciam as pousadas de juventude em áreas rurais para as áreas urbanas baseiam-se num ambiente familiar com um descanso diferente, numa maior convivência entre pessoas, na procura de produtos locais, no contacto com o património cultural e natural, e na busca pela “*ruralidade*”.

Todos estes motivos representam alguns dos conceitos abordados na revisão da literatura. Como por exemplo as várias vantagens que as pousadas oferecem desde o ambiente único de multiculturalismo anexado ao estilo familiar, calmo e confortável (Timothy & Teye, 2009; Murphy, 2001), ao lado psicocêntrico do turista que procura por ambientes estáveis e seguros, indicado por Hoxter & Lexter (1988), ou então ao comportamento alcêntrico do jovem que permite desenvolver um contacto mais aventureiro com a natureza, com a cultura e com a ruralidade. A convivência com outras pessoas e a procura por algo diferente (apontado por Moisé - 2010 b; 2007- e pela OMT & WYSE Travel Confederation - 2008), o inter-relacionamento do jovem com o grau de novidade ou com a familiaridade dos destinos (apresentada por Loker-Murphy & Pearce, 1995), e o desenvolvimento de um tipo de turismo que se relaciona tanto com o património cultural como natural.

As pousadas de juventude em áreas rurais oferecem uma experiência real, segura, familiar e inovadora. Segura “*dentro do próprio estabelecimento, através de regras pré-estabelecidas e uniformes*” (E5) permitindo uma convivência agradável entre pessoas devido à localização do estabelecimento em áreas pacatas e rurais. Familiar devido às

características que se encontram sempre presentes nos vários estabelecimentos e que complementam o conceito de albergue para os jovens e inovadora porque permite ao turista a prática de atividades alternativas, divertidas e instrutivas.

No entanto, dois entrevistados referiram que “*dependia muito da ideia de quem nos procura*” (E1, E13). Isto é, por vezes os turistas criam uma ideia errada sobre o local ou “*sobre romantizada*” como abordado no capítulo III (o produto “*cultural-rural*” e os jovens).

“*Por vezes algumas pessoas vêm com a ideia que vão encontrar centros comerciais ou mais diversão noturna e aí, por vezes, torna-se complicado*” (E13), mas não deixa de ser uma “*experiência (...) diferente, para alguns, do que ir por exemplo, para uma pousada urbana*” (E13).

Por fim, apenas um entrevistado referiu que “*a pousada não conseguia oferecer uma experiência diferente das outras*” (E11) devido ao estatuto do estabelecimento, por exemplo: “*a pousada de Viseu é mais um ponto de passagem (...) e é só mesmo o cliente que fica (...) entre uma pousada e outra*”.

Quanto ao rótulo que o destino rural apresenta de local pacato e seguro, de acordo com a responsável da pousada de juventude de Castelo Branco, transforma-se também “*numa vantagem aos olhos dos jovens viajantes*” (E03), permitindo-lhes desenvolver uma variedade de atividades, como se pode confirmar através da consulta ao quadro 5.2.

As atividades podem ser divididas de acordo com os conceitos apresentados por Gómes (1988) na revisão da literatura em socioculturais e de natureza. Neste caso, parte das atividades de natureza são apresentadas pelos entrevistados E5, E7, E8, E9 e as socioculturais pela E7.

As pousadas de juventude apresentam-se ao público com uma diversidade de serviços e comodidades que ajudam a compor o seu ambiente.

Sendo constituídas, não apenas por atributos físicos de acordo com Murphy (2001) e como já analisado, como também por características intangíveis como a simpatia dos funcionários e o bom ambiente social. Solicitou-se aos responsáveis para descrever o desempenho da pousada a que estavam afetos numa escala de 1 a 5. Sendo “*1 muito má performance a 5 excelente performance*” aos atributos presentes na tabela 5.15.

**Tabela 5.15 – Médias dos Atributos**

Nº	Atributos	Média da performance
1	Simpatia dos funcionários	4,54
2	Proteção e segurança da pousada	4,23
3	Conhecimento por parte dos funcionários de atividades e atrações locais	4,23
4	Limpeza geral (limpeza dos quartos, wc's, sala, espaço exterior....)	4,31
5	Disponibilização de cacifos	2,85
6	Disponibilização de internet (rede WI-FI)	4,54
7	Aparência da pousada	4,31
8	Disponibilização de um parque de estacionamento para os hóspedes	3,77
9	Funcionamento da lavandaria de alberguista	2,62
10	Funcionamento da cozinha de alberguista	3,47
11	Existência de jogos e áreas de lazer (Piscina; Mesa de Snooker; Máquina de Jogos...)	2,62
12	Disponibilização de pacotes turísticos	3
13	Disponibilização de bar	2,77
14	Disponibilização de serviço de refeições (almoço; jantar)	2,54
15	Disponibilização de TV Satélite	4,23
16	Disponibilização de telefones públicos	1,08
17	Cumprimento das normas de silêncio	4,23
18	Disponibilização de <i>flayers</i> ou panfletos	4,08

**Fonte:** Elaboração própria

Alguns atributos como o caso dos cacifos, da existência e funcionamento de lavandaria de alberguista, das áreas de lazer, da disponibilização de bar, do serviço de refeições, e de telefones públicos têm uma má performance de acordo com a informação disponibilizada pelos responsáveis.

Em suma as pousadas de juventude oferecem um ambiente familiar e seguro que permite ao turista descansar, desenvolver atividades socioculturais e de natureza, e um maior contacto com o património cultural e natural das regiões. As pousadas foram classificadas com um desempenho médio e apesar de terem registado problemas promocionais estas oferecem um nível de informação adequada a quem fica hospedado nas suas instalações.

### **5.1.2.2. O perfil do turista jovem na perspetiva dos responsáveis**

As pousadas de juventude apesar de serem apelativas aos vários viajantes são os jovens o seu público-alvo. Neste sentido questionou-se aos responsáveis se a localização destas unidades (em áreas rurais) determinava o tipo de turista e se influenciava a ocupação.

A localização ao influenciar a ocupação permite identificar o turista com base nas diferenças entre quem frequenta o “*campo*” e o quem percorre a “*cidade*”, por um lado devido às áreas paisagísticas, calmas, bonitas e envolventes do campo, e por outro lado devido à oferta da região em termos de atividades e atrações.

Dentro das várias modalidades turísticas que se pode praticar numa determinada região é a vertente cultural e natural que se destaca como produto, como a visita às aldeias (E5), ao Douro (E6), à serra (E7), à montanha (E9), às áreas paisagísticas (E1, E5, E6, E7, E9) e a oferta de todas as suas histórias, contos e tradições.

Dois tipos de respostas foram identificados: “*sim, influencia a ocupação e determina o turista*” com 77% (equivalente a 10 entrevistados dos 13) e “*sim influencia, e não determina*” com 23% (equivalente a 3 entrevistados dos 13). Com base na primeira tipologia criou-se quatro categorias como se pode consultar no quadro 5.3. Quanto à segunda tipologia os responsáveis consideram que os turistas que frequentam a “*sua*” pousada não se enquadram numa categoria própria devido à diversidade existente.

**Quadro 5.3- A localização da pousada determina o turista com base em subcategorias - continua**

Temática – A localização da pousada determina o turista		
Temas	Unidades de Registo/Excertos	Principais Termos Identificados
A localização determina o tipo de turista porque este é diferente	“(…) concordo que a localização ajuda a determinar a tipologia. É claro que é diferente o cliente desta pousada com o cliente da cidade” (E8);	- É diferente o cliente desta pousada
A localização determina o tipo de turista devido às áreas naturais envolventes	“As pessoas não gostam de ir para a cidade porque aqui é mais calmo” (E2); “ (...) é determinante. É uma zona muito calma, muito bonita em termos paisagísticos e depois (...) quem é que procura este tipo de pousada rural (...) são pessoas que têm uma vida profissional muito ativa e que estão nas cidades” (E10); “Temos muitos clientes que procuram as zonas pacatas e o contacto direto com a natureza” (E13);	- É mais calmo; - Zona muito calma; - Zonas pacatas; - Contacto direto;

**Fonte:** Elaboração própria

**Quadro 5.4- A localização da pousada determina o turista com base em subcategorias - continuação**

Temas	Unidades de Registo/Excertos	Principais Termos Identificados
A localização determina o tipo de turista devido à zona em que a pousada está inserida e à oferta da região	<p>“O tipo de cliente que procura [esta pousada] busca um tipo de oferta que é disponibilizado pela região” (E1);</p> <p>“Principalmente porque estamos num concelho onde existem muitas aldeias históricas” (E5);</p> <p>“(…) as pessoas que ficam a aqui (…) vêm conhecer o douro” (E6);</p> <p>“A pousada (…) encontra-se envolta pela serra que acaba por suportar atividades relacionadas com o local. E também acho que influencia o tipo de cliente devido a isso” (E7);</p> <p>“(…) [como] está localizada na montanha a maior parte dos [nossos] clientes (…) procuram os desportos de inverno” (E9);</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oferta da região;</li> <li>- Localidade;</li> <li>- Atividades;</li> <li>- Desportos;</li> </ul>
A localização determina o tipo de turista porque as pousadas são económicas	<p>“A pousada acaba por ser mais económica (…) pelo que posso concluir que ajuda a determinar o tipo de cliente” (E11)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mais económico;</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria

Foi ainda pedido para descrever o tipo de turista que frequentava as pousadas de juventude em áreas rurais (quadro 5.4).

**Quadro 5.5- Perfil do turista segundo os responsáveis - continua**

Temática – Perfil do Turista Jovem		
Temas	Unidades de Registo/Excertos	Principais Termos Identificados
Idade	10-60 (E1); 25-35 (E2); <b>25-45</b> (E3, E10, E12); 18-45 (E4); 30-40 (E5); 20-40 (E6); 25-35 (E7); 20-29 (E8); 16-25 (E9); não referiu idades “ <i>Temos de tudo um pouco</i> ” (E11);	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Idade;</li> <li>- De tudo um pouco;</li> </ul>
Sexo	“ <b>Mistos</b> ” (E1, E2, E3, E4, E5, E7, E8, E9, E10, E11, E12, E13); “ <i>Femininos</i> ” (E6, E7); “ <i>Mais masculinos em épocas baixas e femininos em épocas altas</i> ” (E11);	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sexo;</li> <li>- Feminino;</li> <li>- Masculino;</li> <li>-Misto</li> </ul>
Nacionalidade	“ <i>Nacionais ou estrangeiros</i> ” (E1, E12, E13); “ <b>Mais nacionais</b> ” (E2, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11); “ <i>Mais estrangeiros</i> ” (E3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nacionalidade;</li> <li>- Nacionais;</li> <li>- Estrangeiros;</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria

**Quadro 5.4- Perfil do turista segundo os responsáveis (continuação)**

Temas	Unidades de Registo/Excertos	Principais Termos Identificados
Forma de viajar	“ <b>Viajam a par</b> ”/ “ <b>Viajam em casais</b> ” (E1, E4, E5, E6, E8, E10, E12, E13); “ <b>Grupos escolares</b> ” (E1, E8, E9); “ <b>Em grupo</b> ” (E2); “ <b>Viajam sozinhos</b> ” (E3, E4); “ <b>Em grupo de amigos</b> ” (E4); “ <b>Individuais</b> ” (E7, E12); “ <b>Em família</b> ” (E4, E8, E10, E13); “ <b>Grupos desportistas</b> ” (E10, E11)	-Viajam em; - Grupo; - Sozinhos; - Família; - Amigos/Escola
Tipologia	“ <b>Aventureiros</b> ” (E1, E2, E4, E5, E6, E9, E12, E13); “ <b>Trabalhadores</b> ” (E3, E4, E11); “ <b>estudantes</b> ” (E3, E11); “ <b>universitários</b> ” (E9, E12); “ <b>Mais ou menos aventureiros</b> ” (E3, E7); “ <b>Não são aventureiros</b> ” (E8, E10, E11); “ <b>peregrinos</b> ” (E12); “ <b>backpackers – de mochila às costas</b> ” (E13);	- Aventureiros; - Trabalhadores; - Tipo de turista; - Estudantes;
Nº de noites despendidas	1 noite (E9); <b>1 a 2 noites</b> (E4, E5, E10, E11, E12); Média 2 (E1, E2, E7, E8); 2 a 3 noites (E3, E6, E13);	- Noites despendidas;
Atividades desenvolvidas	“(…) à base de atividades desportivas como <b>bicicleta, trilhos, canoagem, rafting</b> ” (E2); “ <b>gostam de sair e visitar atrações, passear e andar de bicicleta</b> ” (E4, E10); “ <b>O que vem visitar as aldeias históricas (…)</b> o que vem realizar <b>atividades ao ar livre (…)</b> e <b>caça desportiva</b> ” (E5); “ <b>Acabam por se aventurar através dos percursos pedestres</b> ” (E7, E13); “ <b>Gostam de montanha e vêm (…)</b> para caminhar, para usufruir do <b>contacto com a natureza</b> ” (E8); “(…)”; “(…) <b>passam aqui pela cidade para visitar a zona da sé e o museu</b> ” (E11)	- Atividades; - Visitar; - Atrações;
Principais motivos para a escolha do alojamento	“ <b>Preço económico</b> ” (E1, E2, E3, E4, E5, E9, E10, E11, E12); “ <b>Por já serem clientes/sócios</b> ” (E1); “ <b>Devido à troca de experiências</b> ” (E1); “ <b>Devido à localização</b> ” (E1, E7); “ <b>Tem boa relação conforto/qualidade</b> ” (E2, E3, E4); “ <b>Gostam de se misturar nos quartos quando são grupos</b> ” (E2, E9); “ <b>Estão mais a vontade</b> ” (E2, E6); “ <b>Sentem-se num ambiente informal e familiar</b> ” (E2, E4, E5, E10); “ <b>Podem cozinhar</b> ” (E2); “ <b>Jogar às quartas e ver filmes</b> ” – atividades lúdicas (E2); “ <b>Pelo conceito de rede</b> ” (E6, E8); “ <b>Podem usufruir de serviços que a pousada faculta</b> ” (E6); “ <b>O acolhimento</b> ”/“ <b>O atendimento</b> ” (E6, E10); “ <b>O próprio nome: “Pousadas de Juventude” ajuda a cativar</b> ” – “ <b>A pousada de juventude já é uma marca</b> ” (E8, E10, E11); “ <b>Maior convívio</b> ” (E9); “ <b>Cartão jovem dá descontos</b> ” (E13)	- Escolhem estas pousadas; - Preço; - Sócios; - Experiências; - Localização; - Conforto; - Qualidade; - Tipologia de quartos; - À vontade; - Ambiente; - Cozinha; - Atividades fornecidas pelas pousadas; - Rede e Marca; - Convívio; - Descontos;

Fonte: Elaboração própria

Várias foram as idades apresentadas pelos responsáveis seguidas quase sempre da mesma expressão “*temos de tudo um pouco*” (E11), “*as idades são variadas, tanto temos jovens como de mais idade*” (E1).

Dos 25 aos 45 anos foi a idade mais repetida como se pode consultar no quadro 5.4. Esta utilização das pousadas de juventude por pessoas com uma “*determinada idade*” pode ser entendida como uma fase do desenvolvimento tardio pelo qual a juventude está a atravessar e enunciado por Nugent (2005) na revisão da literatura. Esta faixa etária traduz-se num “*tipo*” de turista independente de acordo com as categorias de Tayhab (2005), ou desorganizado, identificado por Schönhammer (1992). Esta heterogeneidade de turistas apresentada por alguns responsáveis encontra-se também associada à variedade de tipologias de habitação. De acordo com o responsável da pousada de juventude de Vilarinho das Furnas “*os jovens preferem os quartos múltiplos porque podem se misturar, enquanto os casais optam pelos duplos*” (E8).

Através da informação disponibilizada registou-se uma tendência para turistas nacionais com uma faceta aventureira. Quanto ao género dos sujeitos tanto homens como mulheres frequentam as pousadas de juventude. No entanto, registou-se uma tendência para um “*tipo*” de turista aos fins de semana ou em ou em determinadas épocas do ano. No “*verão (...) o nosso turista é português, e na época de inverno é o estrangeiro*” (E13), “*há fins-de-semana que só temos caçadores cá na pousada*” (E5), “*durante o fim de semana temos mais casais e durante a semana aparece pessoal que está a trabalhar*” (E4), “*quanto aos aventureiros costumam ser mais os estrangeiros, os portugueses nem tanto*” (E7), “*esta unidade tem muito poucos estrangeiros, no entanto esses procuram-nos mais no verão*” (E9).

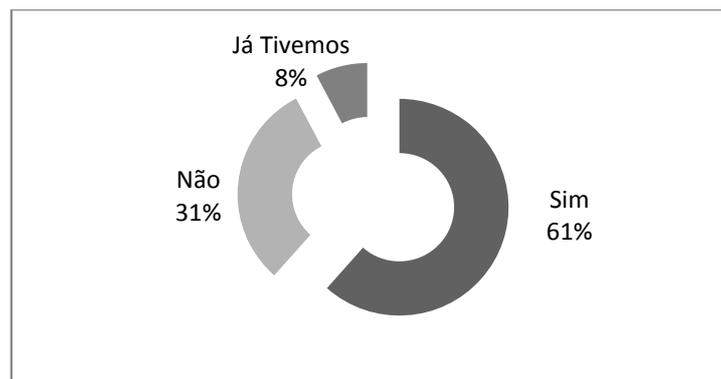
As atividades mais desenvolvidas por este tipo de turista vão desde práticas desportivas e de natureza como os percursos pedestres, às práticas socioculturais como visitar atrações, museus e monumentos religiosos. Comparando esta informação com alguns dos conceitos teóricos desenvolvidos sobre o perfil do turista jovem por Moisã (2010 b; 2007), OMT & WYSE Travel Confederation (2008) e Loker-Murphy & Pearce (1995) comprova-se a sustentabilidade das teorias desenvolvidas.

Quando questionados sobre as razões que levam os jovens a frequentar as pousadas de juventude, os entrevistados referiram diversos motivos desde a qualidade, à localização do estabelecimento, e à disponibilização de serviços extras (tabela 5.4). Mas, de todos os motivos foi a questão dos preços económicos a mais foi referida.

### 5.1.2.3. *As pousadas de juventude e a oferta de pacotes turísticos culturais*

Atualmente e sobre o pretexto de satisfazer as necessidades dos turistas, as pousadas de juventude apresentam-se no mercado com uma combinação de comodidades e serviços. Dentro dos vários serviços prestados por estes alojamentos, de acordo com Dams (2008) e como analisado, desenvolveram-se as pousadas com novas funcionalidades como é o caso da oferta de pacotes turísticos e de descontos. Tendo este trabalho uma vertante cultural perguntou-se aos responsáveis se a pousada onde estavam afetos oferecia aos turistas a possibilidade de consumir pacotes turísticos culturais apesar de inserida em áreas rurais e *per si* naturais.

Após a consulta ao gráfico 5.2 verificou-se que 61% dos inquiridos indicaram que o estabelecimento dispunha de pacotes culturais, enquanto 31% mencionou que a pousada não tinha e apenas 8% afirmou que “*antigamente tinha-mos pacotes culturais, mas agora não, esses pacotes tinham de ser para grupos superiores a 10 pessoas e não tínhamos tanta afluência por parte dos hóspedes*” (E4).



**Gráfico 5.2 – Respostas dos responsáveis sobre os pacotes turísticos culturais – contagem de frequências**

**Fonte:** Realizado pela autora

Muitos responsáveis consideram os seus pacotes desatualizados, contudo pretendem desenvolver e adaptar a oferta à procura turística. “*Neste momento estamos a estabelecer novos contactos de forma a construir pacotes que sejam mais apelativos aos clientes*” (E7) afirmando que em “*perspetiva já existe[m] alguns protocolos assinados*” (E1).

Por outro lado, os pacotes culturais não são muito requisitados pelos jovens, alguns responsáveis referiram que “*para além de não ser um programa que se venda muito*” (E10), “*não é um pacote é muito utilizado*” (E9).

As pousadas de juventude em áreas rurais que oferecem pacotes turísticos culturais verificam esse serviço como um complemento ao alojamento. As pousadas com ou sem esse serviço desenvolveram relações de proximidade com as várias entidades turísticas locais. Em alguns estabelecimentos a inexistência de pacotes turísticos (de qualquer género) encontra-se relacionado com a indisponibilidade de verbas económicas e com a falta de oportunidades de mercado. Contudo, as pousadas de juventude em áreas rurais (com ou sem pacotes turísticos culturais) não deixam de marcar a sua presença no desenvolvimento nas áreas em que estão inseridas. Considerada por alguns como “ *mais do que um alojamento*” (E3), “*somos uma referência aqui na região*” (E8).



## Capítulo VI – Conclusões

### 6.1. Conclusões gerais

Esta pesquisa teve como principal objetivo identificar o perfil do turista jovem que desenvolve turismo “*cultural-rural*”, especificamente aquele que pernoita em pousadas de juventude em áreas rurais, explorando os vários comportamentos, atividades, motivações e níveis de satisfação dos diversos atributos (tanto do destino, como do alojamento).

Verificou-se que a classificação da faixa etária para a definição de turista jovem varia de acordo as diferenças estatísticas e com os parâmetros comerciais e académicos (Boukas, 2008).

Dentro da prática do turismo jovem existem diferenças significativas no concerne à idade (Carr, 1998), às formas de consumo (Kale, McIntyre & Weir, 1987) e às motivações turísticas (Moisã, 2010 a), daí a necessidade na identificação de padrões nos comportamentos dos sujeitos.

Com aumento da procura desenvolveram-se estilos de viagem heterogéneos permitindo a combinação numa só viagem. Nesse sentido, explorou-se outros conceitos e identificou-se categorias de viajantes destacando-se o turista jovem independente (Taiyab, 2005) ou desorganizado (Schönhammer, 1992).

Quanto ao perfil do turista jovem identificou-se, na revisão da literatura, um indivíduo com motivações direcionadas para a cultura e para a natureza, com viagens de longa duração, com atividades relacionadas com as atrações culturais, com a procura por alojamentos económicos mas confortáveis.

As pousadas de juventude surgem como modelo de alojamento preferido dos jovens. Das várias características que compõem estes alojamentos destaca-se o ambiente característico revestido pela informalidade e por determinadas comodidades que apelam aos olhos dos jovens viajantes (Murphy, 2001; Dams, 2008).

Visitar atrações e participar em atividades são algumas das motivações que levam os jovens a viajar. A prática do turismo jovem está a crescer e o seu impacto não se reflete apenas a nível cultural e social no turista, mas também a nível económico e sustentável do destino.

Para entender a prática turística “*cultural-rural*” pelo jovem foi necessário separar e entender o que era o “*cultural*” e o “*rural*” abordando conceitos relacionados com o património, os produtos, o turismo cultural e o turismo rural.

Uma vez que os destinos são compostos por património cultural e natural, foram considerados os bens e serviços, as atrações culturais e os espaços naturais e rurais.

Quanto ao turismo cultural este descreve uma prática relacionada com manifestações culturais (McKercher & Cros, 2002), enquanto o turismo rural envolve um movimento de pessoas para o campo (Vanslembrouck & Huylenbroeck, 2005). Assim, tanto é possível realizar turismo cultural em áreas rurais, como praticar turismo rural através de uma oferta variada de atividades culturais. Desta forma, o turista jovem que pratique turismo “*cultural-rural*” consegue relacionar-se tanto com a natureza como com a cultura do destino (Pérez, 2009).

De maneira a identificar o perfil deste turista foram aplicadas duas técnicas para a recolha de informação: o inquérito por questionário aos turistas jovens dos 18 aos 35 anos de modo a indentificar motivações, comportamentos e atividades, e o inquérito por entrevista aos responsáveis de forma a complementar o perfil.

As pousadas de juventude em Portugal correspondem a uma rede de 45 estabelecimentos e nesta investigação foram selecionadas 15 alojamentos situados em áreas rurais. Cinco hipóteses foram desenvolvidas com base nos conceitos de turismo jovem, cultural, rural, “*cultural-rural*”, motivações, comportamentos, perfil do turista, património, produto e pousadas de juventude.

Através da análise aos questionários verificou-se uma grande participação entre os turistas dos 31 aos 35 anos, enquanto nas entrevistas os responsáveis descreviam um sujeito entre os 25 aos 45 anos. Com base nesta informação é possível identificar o “*atraso no crescimento*” da juventude referido por Nugent (2005).

No que diz respeito à nacionalidade dos sujeitos registou-se uma tendência para turistas jovens nacionais, apesar desse “*tipo*” de turista não ser o mesmo de acordo com as épocas do ano e com o período semanal. Verificou-se que o turista jovem nacional procura pelas pousadas de juventude em áreas rurais durante o verão enquanto o estrangeiro no inverno. Quanto ao período semanal a tendência aponta para turistas jovens independentes de segunda à sexta-feira e ao fim de semana para jovens casais.

A maioria da amostra populacional possui formação superior, apresenta baixos rendimentos do agregado familiar, encontra-se empregada a trabalhar por conta de outro, é identificada por profissionais de nível intermédio e como fonte principal de informação utilizam a internet seguido dos amigos e familiares. A duração média das suas viagens são de dois dias e a deslocação para e no próprio destino é realizada de automóvel.

Quanto às atividades desenvolvidas por este segmento registou-se uma tendência por práticas culturais e de natureza, em específico “*caminhar e passear na região*”, “*visitar sítios históricos e monumentos locais*” e “*visitar lugares naturais*”.

Apurou-se através da correlação de *Pearson* que a hipótese que identificava os turistas jovens como visitantes de atrações culturais em áreas rurais não era válida, visto que os jovens nem sempre viajam para esses destinos com o intuito de conhecer atrações culturais.

A razão mais importante que leva o turista jovem a desenvolver turismo “*cultural-rural*” e que compõem a amostra é a procura por viagens que lhes possibilite relaxar, permitindo rejeitar a hipótese de que a principal motivação era o desenvolvimento de “*novos conhecimentos*”.

A utilização do teste *t-student* na análise ao inquérito por questionário permitiu comparar as médias sobre os níveis de comportamento e de perceção do nível de risco do destino. Registou-se e confirmou-se a hipótese de que o comportamento do turista jovem presente na amostra varia de acordo com a perceção do nível de segurança.

Os níveis de satisfação são positivos quanto aos vários atributos culturais de região e aos atributos das pousadas de juventude. Nesse sentido testes *t-student* foram desenvolvidos permitindo comparar a média dos atributos (componente tangível do património cultural da região) e a média dos níveis de importância e de satisfação das várias comodidades que compõem as pousadas de juventude. Nos dois casos confirmaram-se as hipóteses de que os jovens turistas quando consomem a componente tangível do património cultural sentem-se satisfeitos e que as pousadas de juventude dispõem de atributos que satisfazem as necessidades dos turistas jovens.

Registou-se através dos períodos da estadia no alojamento e da duração total da viagem, jornadas de curta durabilidade e a inexistência de roteiros (carreiras turísticas – *inter-rails*) ao contrário do que se tem abordado na revisão da literatura.

O período médio despendido nas unidades de alojamento é de duas noites e o principal motivo para a escolha das pousadas de juventude centra-se em questões económicas.

As pousadas de juventude em áreas rurais apresentam algumas características comuns como: equipas pequenas, um ambiente repleto de conforto e segurança, uma capacidade média de 80 camas por estabelecimento e os métodos mais utilizados para realizar reservas são o telefone e o *email*.

Quanto às dormidas, verificou-se uma tendência decrescente na ocupação motivada pela conjuntura económica nos últimos anos, obrigando as pousadas a desenvolver experiências culturais, atividades socioculturais e de natureza, ao mesmo tempo que articulam e gerem os recursos humanos em função dos períodos sazonais, obtido através dos registos da afluência pela ocupação dos turistas.

Identificaram-se ainda determinados aspetos que necessitavam de ser melhorados nas pousadas de juventude como a disponibilização de cacifos, o funcionamento da lavandaria de alberguista, a existência de jogos e áreas de lazer, e a disponibilização de bar, de serviços de refeição e de telefones.

Quanto aos pacotes turísticos verificou-se que se encontravam desatualizados e que a maioria dos turistas que compuseram a amostra demonstraram desinteresse quanto à sua utilização, contribuindo para uma tendência negativa da procura da informação desse serviço e benefícios.

Toda esta descrição de elementos tem como objetivo responder ao problema de investigação. Assim a principal conclusão que se pode retirar é que é possível a identificação do perfil do turista jovem que pratica turismo "*cultural-rural*".

A identificação deste perfil só foi possível através do reconhecimento de determinados padrões (já referenciados acima) e de algumas características como por exemplo:

- Foram detectadas diferenças entre as faixas etárias dos turistas jovens, a amostra indicou que quanto mais velhos mais "*pacatos e familiares*" se tornam.
- Quanto mais novos mais aventureiros se vêem (dos 18 aos 20 anos assumem-se como "*backpackers*" destacando a característica da aventura como motivo principal para a realização da viagem).
- A diversão é um dos motivos principais dos mais jovens (dos 18 aos 20 anos), enquanto o relaxamento é indicada pelos mais velhos (dos 31 aos 35 anos).

- 50% dos jovens que viajaram para se divertir encontravam-se muito satisfeitos e a maioria (64,3%) dos que viajaram para relaxar estavam apenas satisfeitos.
- Os jovens dos 21 aos 25 anos são os que mais realizam viagens para destinos rurais;

Conclui-se que este tipo de turista possui um perfil que se assemelha não só às características do turista jovem mas também ao turista cultural e rural. No primeiro caso direcionado para as atividades e motivações culturais, e no segundo voltado para as viagens de curta duração, períodos sazonais e pelo contacto com a natureza. Descrevendo ainda tendências apresentadas pelos autores Nugent (2005), Tayhab (2005), Schönhammer (1992), Moissã (2010 b; 2007), OMT & WYSE Travel Confederation (2008) e Loker-Murphy & Pearce (1995), Timothy & Teye (2009), Murphy (2001), Hoxter & Lexter (1988), Mohsin & Ryan (2003), Carr (1998, 2002 a) Eiser & Ford (1995), Maoz (2007), Ross & Iso-Ahola (1991), Dams (2008).

Esta investigação refere também que o turismo “*cultural-rural*” não é uma prática exclusiva ou determinada a sujeitos “*mais velhos*”. Existe uma tendência para o desenvolvimento da atividade por indivíduos cada vez mais jovens.

Conclui-se também que os jovens encontram cada vez mais interesse nos elementos culturais e naturais dos destinos criando uma relação com a cultura local e com os elementos naturais através do desenvolvimento de atividades ricas e interessantes em história ou cobertas de aventura e façanha.

Verificou-se a importancia na identificação do perfil do turista jovem que desenvolve turismo “*cultural-rural*” visto que permite o reconhecimento de padrões e preferências, inclusive melhorar serviços e promover novas tendências.

Quanto às pousadas de juventude concluiu-se que estas são mais do que uma forma de alojamento para os jovens, oferecendo determinados serviços e elevando o seu estatuto a possíveis promotoras do desenvolvimento turístico. A oferta de produtos por parte destes estabelecimentos leva à criação de um segmento de mercado cujo objetivo é o desenvolvimento de atividades em áreas naturais, a satisfação das necessidades motivacionais e um maior contacto com o património natural e cultural da região, sendo por isso necessário, analisar a componente do alojamento como complemento ao perfil do turista jovem que procura e que realiza turismo “*cultural-rural*”.

No desenvolvimento desta investigação detetou-se algumas dificuldades com a definição do conceito de turista jovem, com o atraso da recolha de dados devido à reestruturação organizacional da Movijovem e com o encerramento de vários estabelecimentos para *layoff*, contribuindo para a desmotivação e participação dos colaboradores durante a aplicação dos instrumentos e na recolha de informação.

As motivações e os comportamentos dos jovens estão em constante alteração, quer pela “*transformação*” da sociedade quer pela evolução das mentalidades, o facto é que esta geração terá sempre um grande impacto na prática turística como os “*turistas do futuro*”.

Os resultados desta investigação exploram e definem alguns dos comportamentos e motivações que poderão preencher as lacunas existentes no mundo académico sobre o perfil do turista jovem que pratica turismo “*cultural-rural*”.

Na possibilidade para realização de futuros estudos sugere-se a aplicação de algumas características/metodologias desta investigação para a identificação de determinados perfis do turista jovem, assim como, na identificação e/ou seleção de outros tipos de comportamentos, quer em espaços rurais e urbanos ou em outros tipos de alojamento.

## Referências Bibliográficas

- Adler, J. (1985). Youth on the road - Reflections on the history of tramping. *Annals of Tourism Research*, vol 12, pp. 335-354.
- Aramberri, J. R. (1991). The Nature of Youth Tourism: Concepts, Definitions and Evolution. International Conference on Youth Tourism. New Delhi, India: World Tourism Organization.
- Babin, B. J., & Kim, K. (2001). International Students Travel Behavior. *Journal of travel e Tourism Marketing*, vol 10, nº1, pp. 93-106.
- Bachleitner, R., & Zins, A. H. (1999). Cultural Tourism in Rural Communities. *Journal of Business Research*, vol 44, pp. 199-209.
- Baptista, M. M. (2009). Relatório da Disciplina A Questão da identidade na Cultura Portuguesa . Universidade de Aveiro: Departamento de Línguas e Culturas.
- Barros, J. D. (2008). As hipóteses nas ciências humanas - considerações sobre a natureza, funções e usos de hipóteses. *Revista de ciências de educação*, nº 7, pp. pp. 151- 162.
- Becerra, S. R. (1997). Patrimonio Cultural, patrimonio Antropologico y Museus de Antropologia. Fundación Machado: Universidade de Sevilla.
- Bennett, D. L. (1985). Young people and their health needs: a global perspective. *Seminars in adolescent medicine*, nº 1, pp.1-14.
- Boukas, N. (2008). Cultural Tourism, Young People and Destination Perception: A Case Study of Delphi, Greece. University of Exeter. Greece: University of Exeter.
- Câmara Municipal de Abrantes. (2007). Site Oficial da Câmara Municipal de Abrantes. Acedido a 14 de julho de 2013 em <http://www.cm-abrantes.pt/pt/73e89d67-7396-4b04-8c70-26c0d3a7dd92.htm>
- Câmara Municipal de Alcoutim. (2005). Site Oficial da Câmara Municipal de Alcoutim. Acedido a 14 de julho de 2013 em [http://www.cm-alcoutim.pt/portal\\_autarquico/alcoutim/v\\_pt-PT](http://www.cm-alcoutim.pt/portal_autarquico/alcoutim/v_pt-PT)
- Câmara Municipal de Alijó. (2013). Site Oficial da Câmara Municipal de Alijó. Acedido a 14 de julho de 2013 em <http://www.cm-alijo.pt/>
- Câmara Municipal de Castelo Branco. (2013). Site Oficial da Câmara Municipal de Castelo Branco. Acedido a 14 de julho de 2013 em [www.cm-castelobranco.pt/](http://www.cm-castelobranco.pt/)
- Câmara Municipal de Covilhã. (2013). Site Oficial da Câmara Municipal de Covilhã. Acedido a 14 de julho de 2013 em <http://www.cm-covilha.pt/>

- Câmara Municipal de Idanha-a-Nova. (2013). Site Oficial da Câmara Municipal de Idanha-a-Nova. Acedido a 59 de julho de 2013 em [www.cm-idanhanova.pt/](http://www.cm-idanhanova.pt/)
- Câmara Municipal de Lousã. (2011). Site Oficial da Câmara Municipal de Lousã. Acedido a 14 de julho de 2013 em Destino Turístico: Lousã
- Câmara Municipal de Melgaço. (2013). Site Oficial da Câmara Municipal de Melgaço. Acedido a 14 de julho de 2013 em [www.cm-melgaco.pt/](http://www.cm-melgaco.pt/)
- Câmara Municipal de Ponte de Lima. (2009). Site Oficial da Câmara Municipal de Ponte de Lima. Acedido a 14 de julho de 2013 em [www.cm-pontedelima.pt/](http://www.cm-pontedelima.pt/)
- Câmara Municipal de Porto de Mós. (2002). Site Oficial da Câmara Municipal de Porto de Mós. Acedido a 14 de julho de 2013 em [www.municipio-portodemos.pt/](http://www.municipio-portodemos.pt/)
- Câmara Municipal de S.Pedro do Sul. (2007). Site Oficial da Câmara Municipal de S.Pedro do Sul. Acedido a 14 de julho de 2013 em [www.cm-spsul.pt/](http://www.cm-spsul.pt/)
- Câmara Municipal de Terras do Bouro. (2010). Site Oficial da Câmara Municipal de Terras do Bouro. Acedido a 14 de julho de 2013 em <http://www.cm-terrasdebouro.pt/>
- Câmara Municipal de Vila Nova de Cerveira. (2013). Site Oficial da Câmara Municipal de Vila Nova de Cerveira. Acedido a 14 de julho de 2013 em [www.cm-vncerveira.pt](http://www.cm-vncerveira.pt)
- Câmara Municipal de Vila Nova de Foz Côa. (2013). Site Oficial da Câmara Municipal de Vila Nova de Foz Côa. Acedido a 14 de julho de 2013 em [www.cm-fozcoa.pt](http://www.cm-fozcoa.pt)
- Câmara Municipal de Viseu. (2013). Site Oficial da Câmara Municipal de Viseu. Acedido a 14 de julho de 2013 em [www.cm-viseu.pt/](http://www.cm-viseu.pt/)
- Carr, N. (1998). The Young Tourist: A Case of Neglected Research. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 307-318.
- Carr, N. (1999). A comparison of the behaviour and motivations of domestic and international young tourists. United Kingdom: University of Hertfordshire Business School.
- Carr, N. (2002 a). A comparative Analysis of the behaviour of domestic and international young tourists. *Tourism Management*, vol 23, pp. 321-325.
- Carr, N. (2002 b). Going with the flow: An assessment of relationship between young people's leisure and holiday behaviour. *Tourism Geographies*, vol 4, nº 2, pp. 115-134.
- Carvalho, I. C., Baptista, M. M., & Costa, C. M. (2010). As Redes em Turismo Cultural: Um olhar sobre a relação entre Turismo e Cultura. *Revista de Turismo e Desenvolvimento*, pp. 29-38.

- Clarke, J. (1992). Marketing Spotlight on the Youth Four s's' Consumer. *Tourism Management, Vol 13*, 321-327.
- Circular - CL nº 05/2012, M. (2012). Circular interna das pousadas de juventude de Portugal.
- Código Civil Português (2010). Acedido a 5 de julho de 2013 em [http://www.inr.pt/bibliopac/diplomas/dl\\_47344\\_66psing.htm](http://www.inr.pt/bibliopac/diplomas/dl_47344_66psing.htm)
- Cohen, E. (1973). Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter Tourism. *The International Journal of Comparative Sociology*, 1-2, 14, 89-103.
- Cohen, E. (1979). The impact of tourism on the hill tribes of northern Thailand. *International Asienforum*, nº 10, pp. 5-38.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale: NJ, Erlbaum.
- Comissão de Turistas Australiana. (1993). *Market Segmentation Studies Asia Europe Japan*. Sydney: Australian Tourist Commission.
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Fyall, A.; Gilbert, D.; Wanhill, S. (2005). *Turismo Princípios e Práticas* (3ª ed. ed.). S.P: Artemed Editora.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, vol 6, nº 4, 408-424.
- Dams, K. J. (2008). *Hostels Today: Case of Study - Brussels & Bruges*. USE-IT.
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of tourism research*, vol 4, 184-194.
- Debbage, K. G. (1991). Spatial Behaviour in a Bahamian Resort. *Annals of Tourism Research*, vol 18, nº 2, pp. 1-28.
- Decreto-Lei nº 256/86 (1987). Estabelece normas relativas ao desenvolvimento das várias formas de turismo no espaço rural. Acedido a 6 de julho de 2013 em <http://www.dre.pt/cgi/dr1s.exe?t=dr&cap=1-1200&doc=19862313%20&v02=&v01=2&v03=1900-01-01&v04=3000-12-21&v05=&v06=&v07=&v08=&v09=&v10=&v11='Decreto-Lei'&v12=&v13=&v14=&v15=&sort=0&submit=Pesquisar>
- Decreto-Lei nº 169-97. (1997). Capítulo I - Disposições Gerais do Turismo Rural. Portugal, acedido a 6 de julho de 2013 em <http://www.oasrn.org/upload/apoio/legislacao/pdf/tur16997.pdf>.

- Decreto-Lei nº 54/2002. (2002). *Diário da República — I Série-A, Nº 59 - 11 de Março de 2002*. Portugal, acedido a 6 de julho de 2013 em <http://www.oasrn.org/upload/apoio/legislacao/pdf/turismo542002.pdf>: Ministério da Economia Portuguesa.
- Decreto lei nº 39/2008 (2008). Capítulo IV - Disposições finais e transitórias. Portugal. Acedido a 6 de julho de 2013 em <http://dre.pt/pdf1sdip/2008/03/04800/0144001456.PDF>
- Departamento de Turismo da Cidade de Cape. (2010). Backpacking and Youth Tourism Investigative Study. Acedido a 22 de setembro de 2011 em <http://www.capetown.gov.za/en/tourism/Documents/Final%20Draft%20CoCT%20Backpacking%20Study%201>.
- Diário da Republica Serie III, nº 242, 18 de Outubro de 2001 (22 466-175)
- DGT. (1991). Livro branco do turismo. In D. G. Turismo. Portugal.
- DGT. (2006). *Direção Geral de Turismo*. Obtido de Definição de TER: Acedido a 27 de junho de 2010 em <http://www.dgturismo.pt/artigo.aspx?ID=14>
- Eiser, J. R., & Ford, N. (1995). Sexual Relations on Holiday: A case of situational distribution. *Journal of social and personal relationships*, vol 12, pp. 323-339.
- Fernández, R. N. (2007). Management of tourism in heritage sites. UNESCO La Habana: World Heritage Convention - UNESCO Regional Bureau for Culture in Latin America and the Caribbean.
- Figueiredo, E. (2003). Um rural para viver, outro para visitar - o ambiente nas estratégias de desenvolvimento para as áreas rurais. Tese para grau de doutoramento: Universidade de Aveiro.
- Fuchs, G. (2011). Low Versus High Sensation-Seeking Tourists: a study of backpackers experience risk perception. *International Journal of Tourism Research*.
- Gómez, V. B. (1988). Turismo en Espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local. Madrid: Editorial Popular, s.a.
- GoogleMaps. (2013). Acedido a 5 de agosto de 2013 em <https://maps.google.pt/>
- Hotola, P. (2005). The Metaspatialities of Control Management in Tourism: Backpacking in India, Vol 7, Nº 1. *Tourism Geographies*, 1-22.
- Hoxter, A. L., & Lexter, D. (1988). Tourist behaviour and personality. *Personality and Individual Differences*, vol 9, nº 1, pp. 177-178.
- ICOMOS. (2003). Tourism at World Heritage Cultural Sites, The Site Manager's Handbook. Washington: ICOMOS e WTO.

- IESE, I. d. (2008). Estudo de Caracterização do Turismo no Espaço Rural do Turismo de Natureza em Portugal - Versão resumida. Portugal: Direcção geral de agricultura e desenvolvimento rural.
- INE (2011). INE (Instituto Nacional de Estatística) - Base Geográfica de Referenciação da Informação. Acedido a 14 de julho de 2013 em (BGRI, 2011) acedido a 30 do Junho de 2013 em <http://mapas.ine.pt/printmap.phtml?printscale=330000&printtitle=&papersize=A4&orientation=L&maptype=legRight&PHPSESSID=q>
- INE (2012 ). Censos - Resultados definitivos : Portugal - 2011. Acedido a 15 de julho de 2013 em [http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESTipo=ea&PUBLICACOEScolecao=107698&selTab=tab0](http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESTipo=ea&PUBLICACOEScolecao=107698&selTab=tab0)
- Kastenholz, E. (2000). The market for rural tourism in North and Central Portugal. A benefit-segmentation approach. In G. Richards, & D. e Hall, *Tourism and Sustainable Community Development* (pp. pp. 268-284). London: Routledge.
- Kale, S. H., McIntyre, R. P., & Weir, K. M. (1987). Marketing overseas tour package to the youth segment: an a empirical analysis. *Journal of travel Research*, vol 26, pp. 20-24.
- Kent, R. (1999). *Marketing Research: Measurement, Method and Application*. North Yorkshire: International Thomson Publishing.
- Kim, K.-Y., & Jogaratnam, G. (2003). Travel Motivations. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, vol 13, nº4, pp. 61-82.
- Laing, A. N. (1987). *The package holiday: Participant, Choice and Behaviour*. Department of Geography, The University of Hull.
- Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of sustainable tourism*, vol 2, nº 7 .
- Leal, C. (2001). *O turismo rural e a União Europeia*. Coimbra: Gráfica de Coimbra, Lda.
- Loker-Murphy, L., & Pearce, P. L. (1995). Young Budget Travellers: Backpackers in Australia. *Annals of Tourism Research*, vol 22, nº 4, 819-843.
- MacDonald, R., & Jolliffe, L. (2003). Cultural Rural Tourism - Evidence from Canada. *Annals of Tourism Research*, vol 30, nº 2, pp. 307-322.
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research: An Applied Orientation*. UK: Pearson Education Inc.
- Maoz, D. (2007). Backpackers and Motivations: The role of culture and nationality. *Annals of Tourism Research*, nº 1, vol 34, nº1, pp. 122-140.

- McKercher, B., & Cros, H. (2002). *Cultural Tourism - The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: The Harworth Press, Inc.
- McManus, R. (1997). *Heritage and tourism in Ireland - an unholy alliance*. National University of Ireland, Maynooth. Acedido a 7 de julho de 2013 em <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zonal/europa/HERITAGE%20AND%20TOURISM%20IN%20IRELAND.PDF>: Department of Geography - Irish Geography.
- Mesquita, A. S. (2011). *Turismo Cultural nas comunidades rurais: o caso de Macieira de Alcôba*. Universidade de Aveiro: Dissertação para o grau de mestrado.
- Misiura, S. (2006). *Heritage Marketing*, Oxford: Butterworth-Heinemann. Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsevier Ltd.
- Moisã, C. (2007). The global importance of the youth travel. *The University "1 Decembrie 1918"*, pp. 440-443.
- Moisã, C. (2008). *Destinations and Touristic Flows in Youth Travel*. "1 Decembrie 1918" University, n° 1, pp. 440-443.
- Moisã, C. (2010 a). Aspects of the youth travel demand. *Annales Universitatis Apulensis Oeconomica*, vol 2, n° 12, pp. 575-582.
- Moisã, C. (2010 b). The Distinctiveness of the Youth Travel Product. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomia*, 12. vol 2, pp. 638-639.
- Mohsin, A., & Ryan, C. (2003). Backpackers in the Northern Territory of Australia - Motives, Behaviours and Satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 5, 113-131.
- Movijovem. (s.d). Fica a saber mais sobre o movimento Alberguista. Conhece a origem e história das Pousadas de Juventude de Portugal. Informação Interna : Pousadas de Juventude do século XXI.
- Movijovem. (2005). *Movijovem - As Pousadas de Juventude*. Revisão 3 - 15 de Julho de 2005: Secretaria de Estado de Juventude e do Desporto.
- Murphy, L. (2001). Exploring Social Interactions of Backpackers. *Annals of Tourism Research*, vol 28, n 1, pp. 50-67.
- Nações Unidas. (2003). *The global situation of young people*. New York: World YOUTH Report.
- Nash, R., Thyne, M., & Davies, S. (2006). An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: a case of study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels Association. *Tourism Management*, vol 27, pp. 525-532.

- Nugent, R. (2005). Youth in a global world. USA: Population Reference Bureau.
- OCDE. (1994). Creating rural indicators for shaping territorial policy. Paris: OECD.
- Oliveira, C. G. (2002). Viabilidade e Sustentabilidade do Turismo Rural. Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo: Brasília-DF.
- Oliver, R. (2010). Satisfaction: a behavioural perspective on the consumer. New York: M.E. Sharp, Inc.
- OMT. (1985). The Role in Protecting and Promoting culture as a factor of tourism development and the proper use and exploitation of national cultural heritage of sites and monuments for tourism. Madrid: OMT.
- OMT. (2004). Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook. Madrid: World Tourism Organization.
- OMT, & WYSE Travel Confederation. (2008). Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel. Madrid: UNWTO.
- OMT. (2013). Understanding tourism - basic glossary. Acedido a 24 de Julho de 2013 em <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>
- Pastor, J. (1991). The nature of Youth Tourism: Motivations, Characteristics and Requirements. World Tourism Organization Conference on Youth Tourism. New Delhi, India.
- Pérez, X. P. (2009). Turismo Cultural: uma Visão Antropologica. (A. C. Antropología, Ed.) Revista de Turismo y Patrimonio Cultura.
- Phau, I., Shanka, T., & Dhayan, N. (2009). Destination image and choice intention of university student travellers to Mauritius. International Journal of Contemporary Hospitality Management, vol 22, nº 5, pp. 758-764.
- Pizzoli, E., & Gong, X. (2007). How to Best Classify Rural and Urban? Italy: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).
- Pousadas de Juventude (2013). Site oficial das pousadas de juventude. Acedido a 14 de julho de 2013 em <http://microsites.juventude.gov.pt/Portal/pt/default.htm>
- Prentice, R. C. (1993). Tourism and Heritage Attractions. London: Routledge.
- Quivy, R. (2005). Manual de Investigação em Ciências Sociais - Trajectos. Lisboa: Grávida - Publicações Lda.
- Richards, G. (1996). Cultural Tourism in Europe. Wallingford - UK: CAB International.
- Richards, G. (2001 ). Cultural attractions and European tourism. UK: CAB International.

- Richards, G. (2002). Tourism Attraction System - Exploring Cultural Behavior. *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 4, pp. 1048–1064.
- Richards, G. (2003 a). *New Horizons in Independent Youth and Student Travel - Today's Youth Travellers - Tomorrow's Global Nomads*. Amsterdam: Internacional Student Travel Confederation.
- Richards, G. (2003 b). What is Tourism. In A. Van Maaren, *Tourism Heritage*. Amestardão: National Contact Monumenteen.
- Richards, G. (2005). ISTC/UNWTO Survey on student and youth tourism among national tourism administrations/organizations. In WTO, *Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Topics* (pp. pp. 95-123). Madrid, Espanha: World Tourism Organization.
- Richards, G. (2007). *ATLAS Cultural Tourism Survey - Summary Report*. Acedido a 4 de julho de 2013 em <http://www.tram-research.com/atlas/ATLAS%20Cultural%20Tourism%20Survey%202007.PDF>: ATLAS Cultural Tourism Project 2007.
- Richards, G. (2011). *The youth travel accomodation industry survey*. Acedido a 2 de junho de 2013 em [http://c.ymcdn.com/sites/www.wysetc.org/resource/resmgr/research\\_reports/staywyse-benchmarkstudy-a4-e.pdf](http://c.ymcdn.com/sites/www.wysetc.org/resource/resmgr/research_reports/staywyse-benchmarkstudy-a4-e.pdf). Drukkerij Tesink, Zutphen, The Netherlands: STAY WYSE Association.
- Richards, G., & Wilson, J. (2003). *New Horizons in Independent Youth and Student Travel - Today's Youth Travellers - Tomorrow's Global Nomads*. Amsterdam: Internacional Student Travel Confederation.
- Roberts, K. (2003). The sociology of youth, problems, priorities and methods. In A. Bennett, M. Cieslik, & S. Miles, *Researching Youth*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Rodrigues, A., & Rodrigues, Á. (2007). Rede Europeia de Turismo de Aldeia, um caso de inovação e turismo rural. Acedido a 14 de Maio de 2012 em [http://cassiopeia.ipleiria.pt/esel\\_eventos/files/3902\\_14\\_AureaRodrigues\\_4bf51244d7a1a.pdf](http://cassiopeia.ipleiria.pt/esel_eventos/files/3902_14_AureaRodrigues_4bf51244d7a1a.pdf).
- Rodrigues, A., & Rodrigues, Á. (2009). Rede Europeia de Turismo de Aldeia, um caso de inovação e turismo rural. *Turismo em Análise*, vol 20, nº1, pp. 35-47.
- Ross, E. L., & Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing Tourists: Motivations and Satisfactions. *Annals of Tourism Research*, vol 18, pp. 226-237.
- Ruschmann, D. v. (2001). *Turismo e planeamento sustentável: a proteção do meio ambiente* (7ª ed. ed.). Campinas: Papirus.

- Ryan, C., & Robertson, E. (1997). New Zealand Student-Tourists: Risk Behaviour and Health. In S. Clift, & P. Grabowski, *Tourism and Health: Risks, Research and Responses* (pp. pp. 119-138). London: Pinter.
- Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wyckoff, D. D. (1978 ). *Management of service operations: text, cases, and readings*. Boston: Allyn and Bacon.
- Saxena, G.; Clark, G; Oliver, T; Ilbery, B. (2007). Conceptualizing Integrated Rural Tourism. *Tourism Geographies*, vol 9, nº 4, 347-370.
- Schmitt, B. H. (2002). *Experimental Marketing*. S.P: Nobel.
- Schönhammer, R. (1992). Youth Tourism as "Appropriation of the world": A psychological perspective. *Phenomenology + Pedagogy*, vol 10, pp. 19-27.
- Serrano, C.; Bruhns, H.; Luchiari, M. (2004). *Olhares Compentorâneos Sobre o Turismo*. Campinas S.P: Papyrus.
- Silva, L. (2007). A procura do Turismo em Espaço Rural. *Etnografia*, vol 11, nº 1, 141-163.
- Simão, J. (2009). *Turismo como Motor de Desenvolvimento Local: o caso do Vale do Tua*. Dissertação da Universidade de Lisboa - Faculdade de Ciências e Tecnologia.
- Sirgado, J. R. (1996). Dinâmicas do turismo e sustentabilidade do desenvolvimento local/regional. In C. Cavaco, *Turismo e Lazeres* (pp. pp. 25-39). Lisboa: CEG-UL.
- Smith, M. K. (2009). *Issues in cultural tourism studies*. USA: Routledge.
- SooCheong, S. J., & Liping, A. C. (2002). Travel Motivations and destination choice: a study of british outbound market. *Journal of travel and tourism marketing*, vol 13, nº 3, pp. 111-133.
- Stange et al. (2010). *Tourism Destination Management - Achieving Sustainable and Competitive Results*. Washington: International Institute for Tourism Studies - The George Washington University.
- Swarbrooke. (1996 a). Culture Tourism and Sustainability of rural areas in Europe. In M. Robinson, N. Evans, & P. Callaghan, *Managing Cultural Resources for the tourist* (pp. 447-470). Newcastle: Northumbria.
- Swarbrooke, J. (1996 b). Towards a sustainable future for cultural tourism: a European perspective. In M. Robinson, N. Evans, & P. Callaghan, *In Tourism and Cultural Change* (pp. pp. 227-256). New Castle: Unirversity of Northumbria.
- Taiyab, M. M. (2005). *The Role and Importance of Youth Tourism in the Malaysian*. Youth Tourism Conference: Perspectives and Prospects. Putrajaya, Malaysia.
- Taylor, E. B. (1871). *Primitive Culture, Researches into the Development of Mythology*. London: Bradbury, Evans, and Co.

- Theuns, L. (1991). The significance of youth tourism: economic dimensions. *Internacional Conference on Youth Tourism*. New Delhi, India: World Tourism Organisation.
- Timothy, D. J., & Teye, V. B. (2009). *Tourism and the Lodging Sector* (Vol. 1ª ed.). Oxford: UK: Library on Congress Cataloging in Publication Data.
- Tomlinson. (1991). *Cultural Imperialism: a critical introduction*. Great Britain: SRP, Exeter.
- Tourism Review Magazine. (Junho de 2010). Youth Tourism Industry: No Great Expectations? Professional: Young, Restless and Traveling, pp. 20-22.
- Turnock, D. (2002). Prospects for Sustainable Rural Cultural Tourism in Maramures, Romania. *Tourism Geographies*, vol 4, nº1, pp. 62-94.
- UNESCO. (1972). *UNESCO » Culture » World Heritage Centre » About World Heritage » The Convention » Convention Text*. Obtido de Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage: Acedido a 01 de julho de 2013 em <http://whc.unesco.org/en/conventiontext>
- Vanslebrouck, I., & Huylenbroeck, G. V. (2005). *Economic Assessment of Agricultural Landscapes*. Netherlands: Springer.
- Vard, T.; Willems, E.; Lemmens, T.; Peters, R. (2005). Utilisation of CORINE land cover for identifying the rural character of communes and regions at EU level. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Wearing, S. (2001). *Volunteer Tourism: Experiences that make a difference*. Trowbridge, UK: Cromwell Press.
- West, P. (1997). Health inequalities in the early Years: is there equalisation in youth? *Soc. Sci. Med.*, vol 44, nº 6, pp. 833-858.
- WYSE Travel Confederation. (2011). *The Power of Youth Travel*. Madrid: Spain: UNWTO.
- YHA. (2010). *YHA History*. Obtido de Welcome to YHA: Acedido a 13, de junho de 2013 em <http://www.yha.org.uk/about-yha/yha-history>
- Zeppel, H., & Hall, C. (1991). Selling art and history: cultural heritage and tourism. *The Journal of Tourism Studies*, vol 2, nº 1, pp. 29-45.

# Apêndices



## Apêndice nº 1- Operacionalização dos conceitos do inquérito por questionário

<u>Hipóteses</u>	<u>Conceitos</u>	<u>Operacionalização e Testes</u>	<u>Variáveis Necessárias dos Questionário</u>	<u>Indicadores Questionário</u>
H1 – Quando os jovens viajam para destinos “naturais” visitam atrações culturais;	- Turismo Jovem; - Turismo Cultural; - Turismo Rural; - Turismo “cultural-rural”	- Questionário; - Correlação de Pearson;	- Frequência de viagens para destino rurais; - Frequência de visitas a atrações culturais;	- Quantas viagens realizam por ano para destinos rurais; - Com que frequência visita atrações turísticas em áreas rurais;
H2 – A motivação principal dos turistas jovens é desenvolver “novos conhecimentos”;	- Motivações; - Perfil do Turista Jovem;	- Questionário; - Descrição das frequências e percentagens;	- Indicar as três principais motivações que levaram os jovens a realizar a viagens;	- Indique as 3 razões mais importantes que o levaram a realizar esta viagem;
H3 – O comportamento dos turistas jovens varia de acordo com a perceção do nível de segurança do destino;	- Comportamento; - Perfil do Turista Jovem;	- Questionário; - Teste T-Student entre variáveis;	- Nível de segurança dos destinos; - 2 Comportamentos desenvolvidos;	- Numa escala de 1 a 5 classifique esta afirmação “a minha segurança durante esta viagem não foi colocada em causa”; - Neste momento (assinalar 2 comportamentos): sinto-me descontrado por não ter que desenvolver atividades de responsabilidade; sinto-me desinibido por poder realizar atividades que normalmente não faço; sinto-me nervoso por conhecer pessoas diferentes; sinto-me relaxado por me encontrar num ambiente diferente, mas com características familiares; não sinto nada de novo porque a experiência não está a satisfazer as minhas necessidades; o local desmotivou-se e sinto-me dececionado; o local transmitiu-me uma sensação de segurança e sinto-me protegido; outro; Atributos: diversidade das atrações existentes na região; disponibilidade de atividades culturais e recreativas; disponibilidade e facilidade na recolha de informação turística cultural; qualidade das atrações existentes; preço das atrações turísticas; facilidade na deslocação para as atrações turísticas; disponibilidade de transportes públicos para as atrações turísticas; facilidade na identificação das atrações, ex sinais de estrada;
H4 – Os turistas jovens quando consomem a componente tangível do património cultural sentem-se satisfeitos;	- Património Cultural; - Património Rural; - Produto turístico;	- Questionário; - Teste T-Student;	- Classificar o nível de satisfação dos vários atributos da região;	Atributos: simpatia dos funcionários; proteção e segurança da pousada; existência de uma sala comum ou sala de convívio; limpeza geral; acesso a cacifos; acesso a internet; aparência da pousada; custo da estadia; conhecimento dos funcionários em relação às atividades e atrações locais; encontra-se perto de atrações turísticas; encontra-se perto de transportes; facilidade na realização de reservas; parque de estacionamento; existência e funcionamento da lavandaria de alberguista; existência e funcionamento da cozinha de alberguista; existência de jogos e áreas de lazer; disponibilização de pacotes turísticos; bar em funcionamento; existência e funcionamento de serviço de refeições; disponibilização de TV satélite; acesso a telefones públicos; cumprimento das regras de silêncio; diversidade na tipologia de quartos;
H5 – As pousadas de juventude dispõem de comodidades que satisfazem as necessidades dos turistas jovens;	- Pousadas de Juventude; - Ambiente das Pousadas de Juventude;	- Questionário; - Teste T-Student entre os níveis de importância com os da satisfação;	- Classificar o nível de importância dos vários atributos das pousadas de juventude; - Classificar o nível de satisfação dos vários atributos das pousadas de juventude;	Atributos: simpatia dos funcionários; proteção e segurança da pousada; existência de uma sala comum ou sala de convívio; limpeza geral; acesso a cacifos; acesso a internet; aparência da pousada; custo da estadia; conhecimento dos funcionários em relação às atividades e atrações locais; encontra-se perto de atrações turísticas; encontra-se perto de transportes; facilidade na realização de reservas; parque de estacionamento; existência e funcionamento da lavandaria de alberguista; existência e funcionamento da cozinha de alberguista; existência de jogos e áreas de lazer; disponibilização de pacotes turísticos; bar em funcionamento; existência e funcionamento de serviço de refeições; disponibilização de TV satélite; acesso a telefones públicos; cumprimento das regras de silêncio; diversidade na tipologia de quartos;



## Apêndice nº 2- Inquérito por questionário - português

### QUESTIONÁRIO VISITANTES

Nº: \_\_\_\_\_ LOCAL: PJ \_\_\_\_\_

#### **OBJETIVO E IDENTIFICAÇÃO DO ESTUDO:**

No âmbito da tese de Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo elaborou-se este questionário com o objetivo estudar o perfil do turista jovem que pratica turismo “*cultural-rural*” utilizando as Pousadas de Juventude de Portugal em áreas rurais como modelo de alojamento. A sua colaboração é importante para a finalização deste projeto.

Desde já agradecemos a sua participação nesta pesquisa, e garantimos o tratamento confidencial das respostas.

#### **I - DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS**

O levantamento de dados sociodemográficos permitirão avaliar e determinar o tipo de perfil de cada visitante.

1.1 **Faixa etária:**  18 a 20;  21 a 25;  26 a 30;  31 a 35;

1.2 **Sexo:**  Masculino;  Feminino;

1.3 **Qual o seu país de origem?** \_\_\_\_\_;

#### **1.4 Habilitações Literárias concluídas no momento:**

1º Ciclo ao 3º Ciclo;  Ensino Secundário;  Licenciatura;  Pós-Graduação;

Mestrado;  Doutoramento;

1.5 **Rendimento Mensal do Agregado Familiar:**  ≤ 500€;  501€–1500€;

1501€– 3000€;  ≥3001€;  Não Sabe;

1.6 **Estado Civil:**  Solteiro(a);  Casado(a);  Divorciada(a);  Viúvo(a) ;

Outro? Indique Qual: \_\_\_\_\_;

1.7 **Tem filhos?**  Não;  Sim, Quantos? \_\_\_\_; Idades: \_\_\_\_\_ (identificar idade por filho);

#### **1.8 Qual das seguintes classificações melhor descreve a sua situação atual:**

Estudante\*;  Trabalhador-Estudante;  Empregado/a;

Desempregado/a\*;  Doméstico/a;  Outro? Indique qual\*: \_\_\_\_\_;

[\* Se assinalou alguma opção com asterisco (\*), por favor, ultrapasse a próxima questão].

1.9 **Se está a trabalhar é:**  Por conta própria;  Por conta de outro;  Patrão;

Outro? Indique Qual \_\_\_\_\_; **Qual é a sua profissão?** \_\_\_\_\_;

## **II - DADOS GERAIS E DE VIAGEM**

Os dados gerais e de viagem permitirão determinar o modo de viagem realizada por cada visitante.

**2.1 Qual a fonte principal de informação que utilizou para realizar a sua viagem?**

- Internet;  Media;  Livros e Revistas;  Amigos e Familiares;  
 Outro? Indique qual: \_\_\_\_\_;

**2.2 Planeou a viagem sozinho ou recorreu a ajuda?**  Sozinho;  Agente de

Viagem;  Outro? Indique qual: \_\_\_\_\_;

**2.3 Qual a duração total da sua viagem?**  1 a 2 dias;  3 a 5 dias;  6 a 10 dias;   $\geq$  11 dias;

**2.4 Viajou:**  Sozinho;  A par / Casal;  Com a Família;  Em pequenos grupos

(menos de 10 pessoas);  Em grandes grupos (mais de 11 pessoas);

Outro? Indique qual: \_\_\_\_\_;

**2.5 Se viajou acompanhado quantas pessoas do seu grupo, tinham idade inferior a 18 anos:** \_\_\_\_\_;

**2.6 O modo de transporte utilizado para chegar até ao destino foi:**

Carro;  Comboio;  Avião;  Barco;  Camioneta;

Outro? Indique qual: \_\_\_\_\_;

**2.7 O modo de transporte utilizado para se deslocar no destino foi:**  Carro

Próprio;  Rental Car;  Transportes Públicos;  Táxis;  Bicicleta;  A pé;

Outro? Indique Qual: \_\_\_\_\_;

## **III – MOTIVAÇÕES E COMPORTAMENTOS**

Nesta parte do questionário pretendemos identificar quais as motivações que levaram os visitantes a realizar a viagem, assim como, possíveis comportamentos desenvolvidos.

**3.1 Em média quantas viagens realizam por ano para destinos rurais?** \_\_\_\_\_;

**3.2 Considera-se:**  Backpacker (Aventureiro/Mochileiro);  Turista;  Viajante;

Outro? Indique qual: \_\_\_\_\_;

**3.3 Independentemente da sua escolha na questão anterior justifique a sua resposta:** Considero-me, \_\_\_\_\_, porque \_\_\_\_\_;

\_\_\_\_\_;

**3.4 Indique as 3 razões mais importantes que o levaram a realizar esta viagem:**

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Visitar amigos e familiares; | <input type="checkbox"/> Ter aventuras;                      | <input type="checkbox"/> Expandir a criatividade;    |
| <input type="checkbox"/> Férias;                      | <input type="checkbox"/> Relaxar;                            | <input type="checkbox"/> Fugir do quotidiano;        |
| <input type="checkbox"/> Conhecer a cultura local;    | <input type="checkbox"/> Divertir;                           | <input type="checkbox"/> Voluntariado;               |
| <input type="checkbox"/> Conhecer as áreas rurais;    | <input type="checkbox"/> Aumentar o meu conhecimento;        | <input type="checkbox"/> Outro? Indique qual: _____; |
| <input type="checkbox"/> Conhecer novos locais;       | <input type="checkbox"/> Socializar e criar novos contactos; |  |
|   | <input type="checkbox"/> Aprender sobre a história local;    |  |

**3.5 Numa escala de 1 a 5 classifique a seguinte afirmação:** “Este destino turístico tem muitas atrações culturais divertidas”. Coloque um círculo na coluna que considera ser a sua opinião.

<u>1 Não Concordo Nada</u>	<u>2 Concordo Pouco</u>	<u>3 Concordo</u>	<u>4 Concordo Muito</u>	<u>5 Concordo Completamente</u>
----------------------------	-------------------------	-------------------	-------------------------	---------------------------------

**3.6 Com que frequência visita atrações turísticas cuja localização são em áreas rurais:** \_\_\_\_\_;

**3.7 Indique 3 atrações culturais locais que gostaria de visitar:**

\_\_\_\_\_;

**3.8 Indique 3 atividades que realizou durante a viagem (deverá assinalar com uma cruz):**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Visitar sítios históricos e monumentos locais; | <input type="checkbox"/> Visitar lugares naturais;                    |
| <input type="checkbox"/> Passear e caminhar na região;                  | <input type="checkbox"/> Procurar novas experiências;                 |
| <input type="checkbox"/> Realizar atividades desportivas;               | <input type="checkbox"/> Participar em eventos culturais e festivais; |
| <input type="checkbox"/> Visitar museus;                                | <input type="checkbox"/> Visitar edifícios religiosos;                |
| <input type="checkbox"/> Comprar nas lojas de comércio local;           | <input type="checkbox"/> Visitar áreas arqueológicas;                 |
| <input type="checkbox"/> Procurar conviver com a comunidade local;      | <input type="checkbox"/> Outro? Indique qual: _____;                  |

**3.9 Numa escala de 1 a 5 classifique a seguinte afirmação:** “ A minha segurança durante esta viagem não está a ser colocada em causa, deixando-me por isso mais à vontade.” Coloque um círculo na coluna que considera ser a sua opinião.

<u>1 Nada Seguro</u>	<u>2 Pouco Seguro</u>	<u>3 Seguro</u>	<u>4 Muito Seguro</u>	<u>5 Completamente Seguro</u>
----------------------	-----------------------	-----------------	-----------------------	-------------------------------

**3.10 Neste momento (assinalar apenas 2 comportamentos):**

- Sinto-me mais descontraído por não ter que desenvolver atividades de responsabilidade;
- Sinto-me mais desinibido por poder realizar atividades que normalmente não faço;
- Sinto-me por conhecer pessoas diferentes;
- Sinto-me relaxado por me encontrar num ambiente diferente, mas ao mesmo tempo familiar;
- Não sinto nada de novo pois esta experiência não está a satisfazer as necessidades que procurava com esta viagem;
- O ambiente local desmotivou-me e sinto-me, por isso, dececionado;
- O ambiente local transmitiu-me uma sensação de segurança sentindo-me, por isso, protegido o que me leva a realizar mais atividades e a divertir;
- Indique Outro. \_\_\_\_\_;

**3.11 No seu ponto de vista este destino turístico, assim como, esta comunidade local, influenciou o seu comportamento durante a viagem.** Numa escala de 1 a 5 quantifique o grau de afetação e coloque um círculo na coluna que considera ser a sua opinião.

<u>1 Não Fui Influenciado</u>	<u>2 Pouco Influenciado</u>	<u>3 Influenciado</u>	<u>4 Muito Influenciado</u>	<u>5 Completamente Influenciado</u>
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------	-----------------------------	-------------------------------------

**3.12 Sinto que o meu comportamento:**

- Variou de grau;  Manteve o mesmo grau;  Baixou de grau de afetação;

Deverá assinalar apenas com uma cruz  no quadrado correspondente.

**3.13 De acordo com a experiência que está a obter da sua a viagem classifique a sua SATISFAÇÃO em relação a cada atributo cultural da região apresentado na tabela abaixo,** numa escala que vai desde 1 a 5 valores. Sendo: 1 Insatisfeito; 2 Pouco Satisfeito; 3 Satisfeito; 4 Muito Satisfeito; 5 Completamente Satisfeito e N/S= Não Sabe.

**Coloque um círculo na sua resposta.**

Atributos culturais da região	Classificação:					
Diversidade das atrações existentes na região.	1	2	3	4	5	N/S
Disponibilidade de atividades culturais e recreativas.	1	2	3	4	5	N/S
Disponibilidade e facilidade na recolha de informação turística cultural.	1	2	3	4	5	N/S
Qualidade das atrações existentes.	1	2	3	4	5	N/S
Preço das atrações turísticas.	1	2	3	4	5	N/S
Facilidade na deslocação para as atrações turísticas.	1	2	3	4	5	N/S
Disponibilidade de transportes públicos para as atrações turísticas.	1	2	3	4	5	N/S
Facilidade na identificação das atrações (ex: sinais de estrada).	1	2	3	4	5	N/S

**3.14 Sente que as suas necessidades (o levou a realizar esta viagem) estão a ser satisfeitas?** Numa escala de 1 a 5 quantifique o grau da sua satisfação e coloque um círculo na coluna que considera a sua opinião.

<u>1 Insatisfeito</u>	<u>2 Pouco Satisfeito</u>	<u>3 Satisfeito</u>	<u>4 Muito Satisfeito</u>	<u>5 Completamente Satisfeito</u>
-----------------------	---------------------------	---------------------	---------------------------	-----------------------------------

## **VI – Pousada de Juventude**

Nesta última fase pretendemos identificar a envolvimento do turista com a unidade de alojamento.

4.1 **Quantas noites ficou hospedado nesta pousada de juventude:** \_\_\_\_\_;

4.2 **Qual o valor médio despendido exclusivamente na unidade de alojamento (assinale com uma cruz ☒ no quadrado correspondente):**

≤ 15€       16€ a 30€       31€ a 50€       51 a 70€       ≥ 71€

4.3 **A escolha da pousada de juventude como modelo de alojamento recai sobre as seguintes opções (determine apenas 4 opções assinalando com uma cruz ☒):**

O preço era mais económico;

Apresenta determinados aspetos, como a oportunidade de conhecer pessoas de outras culturas;

Oferece uma experiência mais real;

Porque já era membro;

Tem um ambiente seguro;

Tive mais facilidade em realizar a reserva;

Apresenta determinadas facilidades (*wi-fi*; cozinha

de alberguista; lavanderia de alberguista) à disposição do cliente;

Apresenta pacotes culturais interessantes que gostava de experimentar;

As condições de alojamento são muito boas;

Oferece bons descontos;

Já tinha realizado, gostei da experiência e voltei a praticar;

Foi recomendado por outros;

A localização da pousada oferece vantagens;

A área envolvente é bastante interessante e rica em história;

Tem formas de pagamento acessíveis;

O ambiente da pousada de juventude é atrativo, deixando-me mais à vontade do que noutras unidades de alojamento;

Outro? Indique qual: \_\_\_\_\_;

**4.4 De acordo com a sua experiência, por favor, quantifique a importância e o seu nível de satisfação dos seguintes atributos da pousada de juventude.**

Na primeira coluna deverá determinar o grau de importância que cada um destes atributos tem para si, através da classificação de 1 a 5 sendo: 1 nada importante e 5 importantíssimo. Na segunda coluna deverá classificar segundo a sua experiência o grau de satisfação que cada um destes atributos lhe proporcionou através da classificação de 1 a 5 sendo: 1 insatisfeito e 5 completamente satisfeito. N/S= Não Sabe.

**Coloque um círculo na sua escolha em cada coluna.**

Atributos – Ambiente da Pousada	Importância						Satisfação					
	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Simpatia dos funcionários	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Proteção e segurança da pousada	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Existência de uma sala comum ou sala de convívio	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Limpeza geral (limpeza dos quartos, wc's, sala.)	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Acesso a cacifos	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Acesso a internet grátis (rede WI-FI)	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Aparência da pousada	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Custo da estadia	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Conhecimento dos funcionários em relação às atividades e atrações locais	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Encontra-se perto de atrações turísticas	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Encontra-se perto de transportes	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Facilidade na realização de reservas	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Parque de estacionamento	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Existência e funcionamento da lavanderia de alberguista	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Existência e funcionamento da cozinha de alberguista	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Existência de jogos e áreas de lazer (Piscina; Mesa de Snooker; ...)	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Disponibilização de pacotes turísticos	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Bar em funcionamento	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Existência e funcionamento de serviço de refeições	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Disponibilização de TV Satélite	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Acesso a telefones públicos	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Cumprimento das normas de silêncio	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S
Diversidade na tipologia de quartos (múltiplos, duplos, de casal, apartamento, adaptado, <i>bungalows</i> , familiares)	1	2	3	4	5	N/S	1	2	3	4	5	N/S

**4.5 A pousada de juventude tinha ao dispor do cliente pacotes culturais?**

Sim (passe a A);  Não (passe a B);  Não sei;

a. Em caso de ter respondido afirmativamente:

Utilizou os pacotes culturais propostos pela pousada?

Sim, porquê? \_\_\_\_\_;

Não, porquê? \_\_\_\_\_;

b. Em caso de ter respondido negativamente:

No seu ponto de vista a falta de pacotes culturais influenciou a duração da sua estadia na pousada de juventude?

Sim, porquê? \_\_\_\_\_;

Não, porquê? \_\_\_\_\_;

**4.6 No futuro considera ficar novamente alojado numa pousada de juventude?**

Sim, porquê? \_\_\_\_\_;

Não, porquê? \_\_\_\_\_;

**Obrigado pela sua colaboração**

## Apêndice nº 3- Inquérito por questionário - inglês

### VISITORS QUESTIONNAIRE

Nº: \_\_\_\_\_ LOCAL: PJ \_\_\_\_\_

#### THE AIM OF THIS STUDY AND ITS IDENTIFICATION:

As part of master's degree dissertation in Tourism Management and Planning this questionnaire in order to study the profile of the young tourist practicing "*cultural-rural*" tourism using the Youth Hostels in Portugal in rural areas as housing model. Your cooperation is important for the finalization of this project.

Thanks in advance for your collaboration in this research and we guarantee the confidentiality of the answers.

#### I – GENERAL INFORMATION

The socio-demographic data will allow us to determine the type of profile of each visitor.

1.10 **Age:**  18 a 20;  21 a 26;  25 a 30;  31 a 35;

1.11 **Gender:**  Male;  Female;

1.12 **What is your country of origin?** \_\_\_\_\_;

1.13 **What is the highest level of education achieved:**

Elementary;  High School;  College;  Postgraduate Degree;  Master's Degree;  PhD;

1.14 **What is your household monthly income:**

≤ 500€;  501€–1500€;  1501€– 3000€;  ≥3001€;  Doesn't Know;

1.15 **Status:**  Single;  Married;  Divorced;  Widower;  Other? Specify: \_\_\_\_\_;

1.16 **Do you have any children?**  No;

Yes, How Many? \_\_\_\_\_; Ages (identify age by son): \_\_\_\_\_;

1.17 **Which the following classification best describe your current situation:**

Student\*;  Worker-Student;  Employed;  Unemployed\*;  Domestic;

Other? Specify \*: \_\_\_\_\_;

[\* If you sign any option with an asterisk (\*), please, exceed the next question].

1.18 **If you are working its:**  By your own;  On behalf of other;  You are the boss;  Other? Specify: \_\_\_\_\_;

**What do you do for a living (professional career)?** \_\_\_\_\_;

#### II – TRIP RELATED

The travel data will allow us to determine the mode of travel performed by each visitor.

**2.8 What was your main source of information during the trip planning?**

- Internet;  Media;  Books and Magazines;  Friends and Family;  
 Other? Specify: \_\_\_\_\_;

**2.9 Did you plan this trip alone or you had some help?**

- Alone;  Travel Agent;  Other? Specify: \_\_\_\_\_;

**2.10 What is the total duration of your trip?**

- 1 to 2 days;  3 to 5 days;  6 to 10 days;  ≥ 11 days;

**2.11 Did you travel:**  Alone;  As a couple;  With the family;  In small groups (less than 10 people);  In big groups (more than 11 people);

- Other? Specify: \_\_\_\_\_;

**2.12 If you have travelled in group, how many children were under the age of 18:** \_\_\_\_\_;

**2.13 Identify your mode of transport to get to the destiny:**  Car;  Train;

- Plain;  Boat;  Bus;  Other? Specify: \_\_\_\_\_;

**2.14 Identify your mode of transport within the destination:**  Own car;  Rental Car;  Public transportation;  Taxi;  Bicycle;  By foot;

- Other? specify: \_\_\_\_\_;

**III – MOTIVATIONS AND BEHAVIOUR**

In this part of the questionnaire we intend to identify the motivations that led visitors to make the trip, and as well as possible behaviours developed.

**3.15 On average how many trips do you perform annually for rural destinations?**

\_\_\_\_\_;

**3.16 Do you consider yourself:**  Backpacker;  Tourist;  Traveler;

- Other? Specify: \_\_\_\_\_;

**3.17 Regardless of your choice in the previous question, justify your answer:**

I consider myself a, \_\_\_\_\_, because \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_;

**3.18 List the three most important reasons that led you to make this trip:**

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Visit friends and family;  | <input type="checkbox"/> Relax;                           | <input type="checkbox"/> Expand my creativity;  |
| <input type="checkbox"/> Vacation;                  | <input type="checkbox"/> Have fun;                        | <input type="checkbox"/> Escape the everyday;   |
| <input type="checkbox"/> Meet other people culture; | <input type="checkbox"/> Increase my knowledge;           | <input type="checkbox"/> Volunteer;             |
| <input type="checkbox"/> Meet rural areas;          | <input type="checkbox"/> Socialize and make new contacts; | <input type="checkbox"/> Other? Specify: _____; |
| <input type="checkbox"/> Meet new places;           | <input type="checkbox"/> Learn about local history;       |   |
| <input type="checkbox"/> Have adventures;           |   |   |

**3.19 On a scale from 1 to 5 rate the following statement:** "This tourist destination has a lot of amusing cultural attractions". Put a circle in the column that you consider to be your answer.

1 I don't agree at all	2 I agree a little bit	3 I agree	4 I strongly agree	5 I completely agree
------------------------	------------------------	-----------	--------------------	----------------------

**3.20 How often do you visit tourist attractions which are located in rural areas:**

\_\_\_\_\_;

**3.21 Please indicate three local cultural attractions that you would like to visit:**

\_\_\_\_\_;

**3.22 Please indicate three activities that you performed during travel (you need to sign your answer with a cross):**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Visit local historic sites and monuments; | <input type="checkbox"/> Visit natural places;                               |
| <input type="checkbox"/> Walking and hiking in the region;         | <input type="checkbox"/> Search for new experiences;                         |
| <input type="checkbox"/> Make sports;                              | <input type="checkbox"/> Participate in cultural events and local festivals; |
| <input type="checkbox"/> Visit museums;                            | <input type="checkbox"/> Visit religious buildings;                          |
| <input type="checkbox"/> Buy in local stores;                      | <input type="checkbox"/> Visit archaeological sites;                         |
| <input type="checkbox"/> Socialize with the local community;       | <input type="checkbox"/> Other? Specify: _____;                              |

**On a scale from 1 to 5 rate the following statement:** "My safety during this trip isn't being put into question, therefore I'm feeling more comfortable" Put a circle in the column that you consider to be your answer.

1 I'm not feeling safe	2 I feeling a little bit safe	3 I'm feeling safe	4 I'm feeling much safe	5 I'm feeling completely safe
------------------------	-------------------------------	--------------------	-------------------------	-------------------------------

**3.23 Right now I... (complete the sentence):**

- I feel more relaxed by doing none of the responsible activities that normally do;
- I feel more uninhibited because I'm able to do more activities that I normally don't do;
- I feel more nervous when I meet different people;
- I feel more relax because I'm in a different environment, but at the same time familiar;
- I don't feel anything new because all the experience is not meeting the needs that I searched in this trip;
- The local environment is disappointing and I'm feeling very upset;

The local environment gave me the feeling that is secure, and that's why I'm doing more activities and having fun.

Other? Specify. \_\_\_\_\_;

**3.24 In your point of view this tourist destination, as well as, the local community affected your behavior during this trip?** On a scale from 1 to 5 quantify the degree of allocation and place a circle in the column you consider to be your answer.

<u>1 I wasn't affected</u>	<u>2 I was affected a little bit</u>	<u>3 I was affected</u>	<u>4 I was very affected</u>	<u>5 I was completely affected</u>
----------------------------	--------------------------------------	-------------------------	------------------------------	------------------------------------

**3.25 I'm feeling that my behaviour:**

Were ranged ;  Were the same;  Or lowered the degree of allocation;

You must to sign your answer with a cross .

**3.26 According to experience gained from your trip rate your SATISFACTION for each cultural attribute,** in a scale from 1 to 5 values. Being: 1 Dissatisfied; 2 Little Satisfied, 3 Satisfied, 4 Very Satisfied, 5 Completely Satisfied and D/K= I Don't Know. **Place a circle in the column you consider to be your answer.**

Cultural attributes of the region	Rating:					
Diversity of the attractions in the region.	1	2	3	4	5	D/K
Availability of cultural and recreational activities.	1	2	3	4	5	D/K
Availability of information regarding cultural tourism.	1	2	3	4	5	D/K
Quality of the attractions.	1	2	3	4	5	D/K
Price of tourist attractions.	1	2	3	4	5	D/K
Easy dislocation to the tourist attractions	1	2	3	4	5	D/K
Availability of public transport to tourist attractions.	1	2	3	4	5	D/K
Easy identification of landmarks (eg: road signs).	1	2	3	4	5	D/K

**3.27 Do you feel that your needs (what led you to make this trip) are being fulfilled through the cultural attributes of the area and the activities that you already developed or want to develop?** On a scale from 1 to 5 quantify the value of your satisfaction and place a circle in the column that considers your answer.

<u>1 Dissatisfied</u>	<u>2 Little Satisfied</u>	<u>3 Satisfied</u>	<u>4 Very Satisfied</u>	<u>5 Completely Satisfied</u>
-----------------------	---------------------------	--------------------	-------------------------	-------------------------------

## VI – YOUTH HOSTEL

In this last phase we intend to identify the client's involvement with the accommodation unit.

**4.7 How many nights you will stay or you already stayed in this youth hostel:**

\_\_\_\_\_;

**4.8 What was the average amount expended exclusively in this youth hostel (sign your answer with a cross ):**  ≤ 15€  16€ a 30€  31€ a 50€  51 a 70€  ≥71€

**4.9 You choose this youth hostel as style of accommodation because (choose only 4 options and mark with a cross ☒):**

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> The price was more economic price;   | <input type="checkbox"/> member's kitchen and member's laundry available to the client;  | <input type="checkbox"/> The location of the youth hostel offer advantages;  |
| <input type="checkbox"/> It presents certain aspects such the opportunity to meet people from other cultures; | <input type="checkbox"/> It presents interesting cultural packages that I would like to experiment;                            | <input type="checkbox"/> The surrounding area is very interesting and rich in history;   |
| <input type="checkbox"/> It offers a more real experience;  | <input type="checkbox"/> The accommodation conditions are very good;   | <input type="checkbox"/> They have accessible payment methods;   |
| <input type="checkbox"/> Because I was already a member;  | <input type="checkbox"/> It offers good discounts;   | <input type="checkbox"/> The environment of the youth hostel is attractive, leaving me more comfortable than in other accommodation units; |
| <input type="checkbox"/> It has a safe environment;   | <input type="checkbox"/> I'm already stayed before in the youth hostel and liked the experience therefore I returned to do it; | <input type="checkbox"/> Other? Specify: _____;  |
| <input type="checkbox"/> The method used to make the reservation was very accessible;                         | <input type="checkbox"/> It was recommended by others;   | _____;   |
| <input type="checkbox"/> It presents certain facilities like free Wi-Fi,                                      |  |  |

**4.10 According to your experience, please quantify the importance and the level of satisfaction of the following attributes of the youth hostel.** In the first column you will determine the degree of importance of each of these attributes through the rating from 1 to 5: being 1 not at all important and 5 very important. In the second column you will classify according to your experience the degree of your satisfaction through the rating from 1 to 5: being 1 unsatisfied and 5 very satisfied. D/K= I Don't Know. **Put a circle on your choice in each column.**

Attributes – Youth Hostel Environment	Importance						Satisfaction					
	1	2	3	4	5	D/K	1	2	3	4	5	D/K
Friendly staff												
Safety and security of the youth hostel												
Existence of a common room or lounge area												
Overall cleanliness (clean rooms, clean bathrooms, lounge area clean, outside of the hostel clean....)												
Access to lockers												
Free internet access (WI-FI)						N/S						
Appearance of the youth hostel						N/S						
Cost						N/S						
Knowledge of the employees in relation to local activities and attractions												
Close to tourist attractions												
Close to public transportation												
Advanced booking facilities												
Parking facilities												
Existence and operational laundry facilities												
Existence and operational members kitchen facilities												
Existence of games and recreational areas (swimming pool, pool table,...)												
Availability of tour packages												
Existence of a bar												

Existence of restaurant (launch and dinner) in the youth hostel	1	2	3	4	5	D/K	1	2	3	4	5	D/K
Satellite TV	1	2	3	4	5	D/K	1	2	3	4	5	D/K
Access to public telephone	1	2	3	4	5	D/K	1	2	3	4	5	D/K
The rules of silence are applied	1	2	3	4	5	D/K	1	2	3	4	5	D/K
They have a range of rooms like multiple, twin, double, apartment, bungalows; apartments, family rooms...	1	2	3	4	5	D/K	1	2	3	4	5	D/K

**4.11 The youth hostel was available to the client cultural packages?**

**Yes** (go to question A);  **No** (go to question B);  I don't know;

a. *If you said Yes:*

Did you use the cultural packages offered by the youth hostel?

Yes, Why? \_\_\_\_\_;

No, Why? \_\_\_\_\_;

b. *If you said No:*

In your point of view the lack of cultural packages influenced your stay in the youth hostel?

Yes, Why? \_\_\_\_\_;

No, Why? \_\_\_\_\_;

**4.12 In the future will you consider staying in a youth hostel?**

Yes, Why? \_\_\_\_\_;

No, Why? \_\_\_\_\_;

***Thank You for Your Collaboration!***

## Apêndice nº 4- Inquérito por entrevista

### ENTREVISTA

Entrevista nº: \_\_\_\_\_ PJ: \_\_\_\_\_ Responsável: \_\_\_\_\_

#### **Objetivo e Identificação do Estudo:**

No âmbito da tese de mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo elaborou-se esta entrevista semiestruturada com o objetivo de obter informação dos responsáveis de pousada quanto à possível ligação entre as pousadas de juventude e o património cultural e natural envolvente. A sua colaboração é importante para a finalização deste projeto e desde já, agradecemos, a sua participação nesta pesquisa.

1. Há quanto tempo se encontra a desenvolver funções na pousada de juventude?
2. Quantos funcionários tem este estabelecimento?
3. Qual a idade deste estabelecimento? E a sua graduação (quantos pinheiros)?
  - a. Estes dois fatores influenciam as características da pousada? (existência de cozinha e lavanderia de alberguista...), porquê?
4. Qual o método mais utilizado para realizar reservas (ex: telefone, email; reservas online...)?
5. Qual o número de quartos e de camas disponíveis neste estabelecimento?
6. Considera que a localização da pousada numa área rural influencia a ocupação desta, assim como, ajuda a determinar o tipo de cliente que a frequenta?
  - a. Como descreve a tendência geral da pousada nos últimos 5 anos? (tem aumentado, mantido, diminuído...)
  - b. Consegue descrever o tipo de turista (idade, sexo, nacional ou estrangeiro, viaja sozinho ou em grupo, aventureiro)?
  - c. Em média qual o número de noites despendidas pelo turista? E em que período a pousada costuma ter um maior nível de ocupação tendo em conta sua localização?
7. No seu ponto de vista porque é que os jovens turistas escolhem e preferem este tipo de pousadas de juventude em relação às outras modalidades de alojamento existentes na região?

8. Acha que esta pousada em relação aos restantes que não estão em áreas rurais consegue oferecer uma experiência diferente? Porquê?

9. Segundo a sua experiência profissional consegue descrever qual o desempenho da pousada nos seguintes atributos e como é que estes poderão influenciar a percepção dos turistas sobre o que é uma pousada de juventude, assim como, o ambiente recriado?

Atributos – Ambiente da Pousada	Performance
Simpatia dos funcionários	
Proteção e segurança da pousada	
Conhecimento por parte dos funcionários de atividades e atrações locais	
Limpeza geral (limpeza dos quartos, wc's, sala, espaço exterior....)	
Disponibilização de cacifos	
Disponibilização de internet (rede WI-FI)	
Aparência da pousada	
Disponibilização de um parque de estacionamento para os hóspedes	
Funcionamento da lavandaria de alberguista	
Funcionamento da cozinha de alberguista	
Existência de jogos e áreas de lazer (Piscina; Mesa de Snooker; Máquina de Jogos...)	
Disponibilização de pacotes turísticos	
Disponibilização de bar	
Disponibilização de serviço de refeições (almoço; jantar)	
Disponibilização de TV Satélite	
Disponibilização de telefones públicos	
Cumprimento das normas de silêncio	
Disponibilização de <i>flyers</i> ou panfletos	

**Performance = muito má (1), má (2), razoável (3), boa (4), excelente (5)**

10. Considera que a informação disponibilizada pela pousada é suficiente tendo em conta o turista que a frequenta?

11. De uma forma geral como considera o desempenho da pousada?

12. No seu ponto de vista algo deveria ser implementado de forma a desenvolver e promover melhor a pousada de juventude?

13. Esta desenvolve ou participa em atividades de animação turística (como pacotes culturais)? (Em caso afirmativo indique quais).

**(A) Em caso de terem pacotes culturais:**

14. No seu ponto de vista a duração da estadia do turista encontra-se relacionada com a existência desses pacotes turísticos?

15. Quando realizaram os pacotes culturais entraram em contacto com os responsáveis atrações turísticas existentes na região?

a. Esse contacto foi fácil ou sentiram algum entrave?

16. Que tipo de relação a pousada desenvolveu com as principais atrações turísticas culturais da região?

17. Existe algum tipo de desconto que relacione a estada do turista com a atração turística sem este ter que aderir a um pacote?
18. No seu ponto de vista considera que a pousada de juventude contribui para o desenvolvimento turístico cultural da região? Porquê?

**(B) Em caso de não terem pacotes culturais:**

14. Em caso de a pousada não ter pacotes turísticos culturais, nunca consideraram a realização ou criação de algum?
15. Existe algum tipo de ligação com os responsáveis das atrações culturais da região?
- a. Se sim, consegue descrevê-la(s)?
  - b. Se não, quais as razões para a sua falta?
16. No seu ponto de vista considera que a pousada de juventude contribui para o desenvolvimento turístico cultural da região? Porquê?



## Apêndice nº 5- Características e comodidades das pousadas de juventude

Nº	Pousada	Município	Tipologia	Pinheirinhos	Facilidades
1	<i>Abrantes</i>	Abrantes	Natureza		
2	<i>Alcoutim</i>	Alcoutim	Natureza		
3	<i>Alijó</i>	Alijó	Natureza		
4	<i>Castelo Branco</i>	Castelo Branco	Urbana		
5	<i>Idanha-a-Nova</i>	Idanha-a-Nova	Natureza		
6	<i>Lousã</i>	Lousã	Natureza		
7	<i>Melgaço</i>	Melgaço	Natureza		

8	<i>Penhas da Saúde</i>	Covilhã	Natureza		
9	<i>Ponte de Lima</i>	Ponte de Lima	Histórica		
10	<i>Porto de Mós</i>	Porto de Mós	Natureza		
11	<i>S. Pedro do Sul</i>	São Pedro do Sul	Natureza		
12	<i>Vilarinho das Furnas</i>	Terras do Bouro	Natureza		
13	<i>Vila Nova de Cerveira</i>	Vila Nova de Cerveira	Histórica		
14	<i>Vila Nova de Foz Côa</i>	Vila Nova de Foz Côa	Histórica		
15	<i>Viseu</i>	Viseu	Urbana		

**Legenda:**



**Fonte:** Baseado nas Pousadas de Juventude (2013)



## **Apêndice nº 6- Pacotes culturais das pousadas de juventude**

**Pousada de Juventude de Alijó** – “*À descoberta do Douro Vinhateiro*” – Visita ao Miradouro, a Adega, à Enoteca; ao museu, e às padarias.

**Pousada de Juventude de Melgaço** – “*Visita aos Museus do Concelho*” – visita aos museus, e às ruínas arqueológicas

**Pousada de Juventude de Foz Côa** – “*Visita ao parque arqueológico do vale do Côa*” – visita às gravuras rupestres. “*Passeio de Jipe pelo Douro*” – passeio de jipe pelo douro vinhateiro e vale do Côa.

**Pousada de Juventude de Vila Nova de Cerveira** – “*Passeio Turístico, Cultural e Histórico*” – visita turística guiada ao núcleo cultural de Vila Nova de Cerveira, entrada no convento de Sampaio.

**Pousada de Juventude de Vilarinho das Furnas** – “*Mix de Atividades*”- passeio pedestre pela jeira romana, passeio de moto 4, a cavalo e *paintball*.

**Pousada de Juventude de Idanha-a-Nova** – “*Percurso Pedestre*” – realização de um percurso pedestre com áudio-guia.

**Pousada de Juventude de Lousã** – “*Ar fresco da serra*” – passeio de BTT às aldeias de xisto.

**Pousada de Juventude de S. Pedro do Sul** – “*Spa e Relax*” – para além das atividades de *spa* incorporadas neste pacote, apresenta também uma visita ao museu das termas; “*Helth Care*” – com atividades de *spa* e visita às ruínas das termas de D. Afonso Henriques.

**Pousada de Juventude de Penhas da Saúde** – “*Á conquista de vales e lagoas da estrela*” – percurso de meio-dia.

**Pousada de Juventude de Abrantes** – “*Orientação Pedestre*” – realização de um percurso pelas margens do rio Tejo.

**Pousada de Juventude de Alvados - Porto de Mós** – “*Gastronomia a dois*” – confeção de produtos regionais para autoconsumo; “*Viagem ao Centro da Terra*” – pacote que inclui tornar-se num espeleólogo por um dia; “*Workshop de Olaria Tradicional*” – aprender a realizar peças de barro; “*Um dia na Serra D’Aire e Candeeiros*” – passeio de burro, aprender a realizar peças de barro num oleiro tradicional, realização de slide e escalada.

**Fonte:** Baseado nas Pousadas de Juventude (2013)



**Apêndice nº 7 - Dados geográficos e administrativos dos vários municípios onde se localizam as pousadas de juventude**

<b>Concelho</b>	<b>Área Km<sup>2</sup></b>	<b>NUTS II</b>	<b>NUTS III</b>	<b>Nº de Freguesias</b>	<b>Nº de Freguesias (Lei 11/2013)</b>
Abrantes	71,343	Centro	Médio Tejo	19	13
Alcoutim	576,57	Algarve	Algarve	5	4
Alijó	297,6	Norte	Douro	19	14
Castelo Branco	1438,16	Centro	Beira Interior Sul	25	19
Covilhã	556	Centro	Cova da Beira	31	21
Idanha-a-Nova	1416	Centro	Beira Interior Sul	17	13
Lousã	138	Centro	Pinhal Interior Norte	6	4
Melgaço	238	Norte	Minho-Lima	18	13
Ponte de Lima	320	Norte	Minho-Lima	51	39
Porto de Mós	262	Centro	Pinhal Litoral	13	10
São Pedro do Sul	349	Centro	Dão-Lafões	19	14
Terras do Bouro	277	Norte	Cávado	17	14
Vila Nova de Cerveira	108	Norte	Minho-Lima	15	11
Vila Nova de Foz Côa	398	Norte	Douro	17	14
Viseu	507	Centro	Dão-Lafões	34	25

Fonte: INE (2011)



## Apêndice nº 8 – Densidade populacional dos vários municípios onde se localizam as pousadas de juventude

Concelho	População Residente Total 2011	População Residente Homens 2011	População Residente Mulheres 2011	População Presente Total 2011	População Presente Homens 2011	População Presente Mulher 2011	População total em 2001	População total em 2011	% Entre 2001 e 2011
Abrantes	39325	18950	20375	37754	18016	19738	62721	58275	-6,89%
Alcoutim	2917	1454	1463	2893	1445	1448	5673	4371	-22,63%
Alijó	11942	5772	6170	11920	5922	5998	21365	17714	-16,61%
Castelo Branco	56109	26661	29448	54436	25579	28857	82310	82770	0,72%
Covilhã	51797	24725	27072	52941	25165	27776	80736	76522	-4,97%
Idanha-a-Nova	9716	4621	5095	9776	4616	5160	17232	14337	-16,67%
Lousã	17604	8518	9086	16858	8069	8789	23362	26122	11,75%
Melgaço	9213	4076	5137	9020	4002	5018	14444	13289	-7,83%
Ponte de Lima	43498	20503	22995	41874	19384	22490	65333	64001	-1,91%
Porto de Mós	24342	11864	12478	23156	11175	11981	36138	36206	0,29%
São Pedro do Sul	16851	7891	8960	16601	7609	8992	28237	24742	-11,70%
Terras do Bouro (Vilarinho das Furnas)	7253	3478	3775	7250	3454	3796	12388	10731	-13,14%
Vila Nova de Cerveira	9253	4419	4834	9874	4255	4719	13040	13672	4,53%
Vila Nova de Foz Côa	7312	3458	3854	6971	3280	3691	12549	10770	-13,92%
Viseu	99274	46915	52359	97245	45389	51856	138251	146189	6,17%

Fonte: INE (2011, 2012)



## Apêndice nº 9 – Setores de atividade económica por município

### População economicamente ativa e empregada em 2011 (%)

<b>Concelho</b>	<b>Setor Primário</b>	<b>Setor Secundário</b>	<b>Setor Terciário</b>
Abrantes	3,51%	29,08%	67,41%
Alcoutim	9,84%	15,74%	74,42%
Alijó	27,36%	18,33%	54,31%
Castelo Branco	2,51%	24,81%	72,68%
Covilhã	2,27%	29,43%	68,30%
Idanha-a-Nova	16,42%	17,57%	66,00%
Lousã	2,75%	26,64%	70,60%
Melgaço	9,84%	22,71%	67,44%
Ponte de Lima	4,35%	43,25%	52,39%
Porto de Mós	2,59%	42,71%	54,69%
São Pedro do Sul	9,86%	28,61%	61,52%
Terras do Bouro	7,61%	25,10%	67,29%
Vila Nova de Cerveira	2,80%	38,86%	58,33%
Vila Nova de Foz Côa	24,13%	17,87%	57,99%
Viseu	1,77%	20,87%	77,35%

Fonte: INE (2012)



# Anexos



## Anexo nº 1- Fotos das pousadas de juventude

### a) Fotos da pousada de juventude de Abrantes



### b) Fotos da pousada de juventude de Alcoutim



### c) Fotos da pousada de juventude de Alijó



**d) Fotos da pousada de juventude de Castelo Branco**



**e) Fotos da pousada de juventude de Idanha-a-Nova**



**f) Fotos da pousada de juventude de Lousã**



**g) Fotos da pousada de juventude de Melgaço**



**h) Fotos da pousada de juventude de Penhas da Saúde**



**i) Fotos da pousada de juventude de Ponte de Lima**



j) **Fotos da pousada de juventude de Porto de Mós**



k) **Fotos da pousada de juventude de S.Pedro do Sul**



l) **Fotos da pousada de juventude de Vilarinho das Furnas**



m) **Fotos da pousada de juventude de Foz Côa**



n) **Fotos da pousada de juventude de Vila Nova de Cerveira**



o) **Fotos da pousada de juventude de Vila Nova de Cerveira**



Fonte: Pousadas de Juventude (2013)