

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI
PROGRAMA DE MESTRADO EM HOSPITALIDADE

Wanderlei Gomes Filho

TURISMO *BACKPACKER* NA CIDADE DE SAO PAULO

Um estudo sobre a rede de Albergues *Hi Hostel*

São Paulo
2010

Wanderlei Gomes Filho

TURISMO *BACKPACKER* NA CIDADE DE SAO PAULO

Um estudo sobre a rede de Albergues *Hi Hostel*

Dissertação de mestrado apresentado à Banca Examinadora, como requisito parcial para obtenção do título de mestre do Programa de Mestrado em Hospitalidade, da Universidade Anhembi Morumbi, na área de concentração Planejamento e Gestão Estratégica em Hospitalidade, sob do orientação Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento.

São Paulo
2010

Wanderlei Gomes Filho

TURISMO *BACKPACKER* NA CIDADE DE SAO PAULO

Um estudo sobre a rede de Albergues *Hi Hostel*

Dissertação de mestrado apresentado à Banca Examinadora, como requisito parcial para obtenção do título de mestre do Programa de Mestrado em Hospitalidade, da Universidade Anhembi Morumbi, na área de concentração Planejamento e Gestão Estratégica em Hospitalidade, sob do Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento.

Aprovado em:

Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento – membro interno – Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo - Vínculo: Universidade Anhembi Morumbi.

Prof. Dr. Airton José Cavenaghi – membro interno – Doutor em História Social pela Universidade de São Paulo- Vínculo: Universidade Anhembi Morumbi

Prof. Dr. Mario Carlos Beni – membro externo – Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – Vínculo – Universidade de São Paulo.

A minha mãe pelo carinho e por me ensinar constantemente que as fronteiras sempre poderão ser ultrapassadas.

AGRADECIMENTOS

Um especial agradecimento, ao meu orientador, Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento, que aceitou o desafio de orientar a dissertação no último semestre do mestrado, contribuindo e nortando o trabalho com paciência e palavras de estímulos.

Agradeço ao Prof. Dr. Raul Rego do Amaral, que orientou durante uma fase do projeto da dissertação e apresentou novos caminhos e possibilidades

Agradeço o Prof. Dr. Davis Gruber Sansolo que também fez contribuições como orientador no início do projeto, momentos estes interrompidos pelo seu afastamento.

À Profa. Dra. Elizabeth Kyoko Wada, cujos comentários feitos durante minha qualificação ajudaram a melhorar este trabalho e por sua didática em sala que me inspirou e motivou à busca de um outro olhar a carreira de educador.

Agradeço o Prof. Dr. Airton Cavenaghi que também contribui no exame de qualificação com abordagens pertinentes.

Agradeço à Prof. Dra. Marielys Siqueira Bueno, que nos apresentou a comensalidade e suas simbologias que levarei comigo por toda a vida.

À Profa. Dra. Mirian Rejowski, que nos motivou e colaborou na elaboração do meu primeiro artigo publicado.

Aos mestres do Programa, que me nos proporcionaram conhecimento e dividiram suas experiências.

À Prof.(a) Maria José Giaretta e o Prof. Rui José de Oliveira, pesquisadores e amantes do turismo *backpacker*, que abriram as portas e contribuíram de maneira significativa para a construção desse trabalho.

À Dorotéia Braz, superintendente da APAJ-SP que pacientemente me disponibilizou seu tempo e informações relevantes.

Aos proprietários/representantes do Praça da Árvore Hostel, São Paulo Hostel e Sampa Hostel, que me receberam e disponibilizaram informações fundamentais.

À todos os respondentes do 5º Salão do Turismo que disponibilizaram parte do seu tempo para responder ao questionário.

À minha mãe, Eneida, por me ensinar que uma viagem pode ser um encontro e não uma despedida. Aos meus irmãos, Wilian e Vinícius, por sempre estarem presentes na minha vida e ao Antonio Carlos e o Breno pelo carinho e apoio.

Por muito tempo achei que a ausência é falta. E lastimava, ignorante, a falta. Hoje não a lastimo. Não há falta na ausência. A ausência é um estar em mim. E sinto-a, branca, tão pegada, aconchegada nos meus braços, que rio e danço e invento exclamações alegres, porque a ausência, essa ausência assimilada, ninguém a rouba mais de mim.

(Carlos Drummond de Andrade)

RESUMO

Pesquisa exploratório-descritiva qualitativa sobre o turismo *backpacker* na cidade de São Paulo, com foco central nos *hostels* da rede *Hi Hostels* no ano de 2009, a partir de análise de bibliografia, entrevista semi-estruturada a proprietários/representantes dos *hostels* e a pesquisadores brasileiros que estudam o segmento e questionário ao público visitante do 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo. Aborda o turismo *backpacker* no exterior, em especial na Austrália e no Brasil. Caracteriza o objeto de estudo, o São Paulo Hostel, Sampa Hostel e o Praça da Árvore Hostel, com base em seus aspectos gerais, físicos, históricos e turísticos. Descreve e analisa os resultados da pesquisa de campo em quatro tópicos: O Turismo *backpacker*, A Rede *Hi Hostel* Brasil, Estudo exploratório do turista *backpacker* na cidade de São Paulo e Resultados e discussões de pesquisa junto a freqüentadores do 5º Salão de turismo. Dentre os resultados obtidos, destaca-se que essa modalidade de turismo não é reconhecido no Brasil pelo Governo Federal como prioridade, nem como segmento, diferentemente de alguns países desenvolvidos; e isso se reflete a população brasileira que em geral desconhece esse o segmento, muitas vezes relacionando os *hostels* com os albergues da Juventude de caráter assistencialista; observou-se ainda que houve um crescimento dos *hostels* no Brasil, porém esse meio de hospedagem é apenas um dos itens da cadeia de produtos e serviços direcionados a esse segmento. Apesar do Brasil oferecer grande potencial, ele não configura-se dentre os principais destinos *backpackers* do mundo, embora a maior parte do receptivo da rede *Hi Hostel* Brasil seja de estrangeiros. Nesse sentido, há necessidade de ações que resultem em estruturas de apoio a esse segmento, incentivo a empreendedores, ações de divulgação, uma vez que esse segmento pode contribuir com inclusão social, cultural, econômica e de sustentabilidade, bem como pode configurar como uma opção de meios de hospedagem a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e aos Jogos Olímpicos de 2016 que serão realizados no Brasil.

Palavras-chaves: Turismo *backpacker*. *Hostels*. *Hi Hostel*. Albergue. Cidade de São Paulo.

ABSTRACT

Qualitative exploratory and descriptive research on backpacker tourism in the city of Sao Paulo, with main focus on network Hi Hostels hostels in 2009, from analysis of the literature, semi-structured interview the owners/representatives of hostels and Brazilian researchers studying segment and the questionnaire to the visiting public of the 5th Tourism Fair in São Paulo. Discusses backpacker tourism abroad, especially in Australia and Brazil. Characterizes the object of study, the São Paulo Hostel, Sampa Hostel and Praça da Árvore Hostel, based on its general aspects, physical, and historical tours. Describes and analyzes the results of field research on four topics: The tourism backpacker, The Network Hi Hostel Brazil, Exploratory study of backpacker tourists in Sao Paulo and Results and discussion of research with a frequently 5^o hall of tourism. Among the results, it is emphasized that this type of tourism in Brazil is not recognized by the Federal Government as a priority, not as a segment, differently from some developed countries, and this reflects the Brazilian population in general unaware of this segment, many sometimes relating the hostels with Hostels Youth welfare character; noted also that there was a growth of hostels in Brazil, but this method of hosting is just one of the items in the chain of products and services targeted to this segment. Although Brazil offer great potential, he sets out among the main destinations backpackers the world, though most of the receptive network Hi Hostel Brazil is of foreigners. Accordingly, there is need for actions that result in structures of support for this segment, encouraging entrepreneurs, spreading actions, since this segment can contribute to social inclusion, cultural, and economic sustainability, and can set up as an option means of hosting the FIFA World Cup 2014 and the 2016 Olympic Games to be held in Brazil.

Key words: Backpacker Tourism. Hostels. Hi Hostel. City of Sao Paulo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Imagem em “3D” no cinema.	6
Figura 2 – <i>Hostel</i> australiano localizado na cidade de Sidney.	20
Figura 3 – Mapa da Austrália.	26
Figura 4 – Mapa do Brasil	26
Figura 5 – Logotipo da <i>Hostelling International</i> .	37
Figura 6 – Foto do Prof. Richard Shirmman.	38
Figura 7 – Fachada do <i>hostel</i> Bondi Beachouse em Sydney – Austrália.	49
Figura 8 – Recepção do <i>hostel</i> Bondi Beachouse em Sydney – Austrália.	51
Figura 9 – Dormitório coletivo do <i>hostel</i> Cronulla Beach YHA Sydney – Austrália.	53
Figura 10 – Dormitório de casal do <i>hostel</i> Metro YHA – Melbourne Austrália.	54
Figura 11 – Vista externa do São Paulo Hostel.	57
Figura 12 – Foto do Sampa Hostel.	60
Figura 13 – Foto do Praça da Árvore Hostel.	62

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Segmentação do Turismo.	11
Quadro 2 – Mesa de debates do 5º Salão do Turismo.	24
Quadro 3 – Aspectos do mercado <i>backpacker</i> em Nova Gales do Sul Austrália.	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Alguns estudos sobre turismo <i>backpacker</i> no período de 1978 a 2006.	17
Tabela 2 – Receptivo <i>backpacker</i> na Austrália no ano de 2009.	20

LISTA DE GRAFICOS

Gráfico 1 – Principais emissores de turistas <i>backpackers</i> para a Austrália em 2005.	29
Gráfico 2 – Dados gerais dos hóspedes do Praça da Árvore Hostel, Sampa Hostel e São Paulo Hostel no ano de 2009.	55
Gráfico 3 – Dados gerais de hóspedes por estado da federação brasileira no ano de 2009.	56
Gráfico 4 – Dados gerais de hóspedes de São Paulo, Bahia e Brasil no ano de 2009.	57
Gráfico 5 – Pernoite dos hóspedes do São Paulo Hostel no ano de 2009.	58
Gráfico 6 – Perfil dos hóspedes do São Paulo Hostel de origem nacional no ano de 2009.	58
Gráfico 7 – Perfil dos hóspedes do São Paulo Hostel de origem internacional no ano de 2009.	59
Gráfico 8 – Pernoite dos hóspedes do Sampa Hostel no ano de 2009.	60
Gráfico 9 – Perfil dos hóspedes do Sampa Hostel de origem nacional no ano de 2009.	61
Gráfico 10 – Perfil dos hóspedes do Sampa Hostel de origem internacional no ano de 2009.	61
Gráfico 11 – Pernoite dos hóspedes do Praça da Árvore Hostel no no de 2009.	63
Gráfico 12 – Perfil dos hóspedes do Praça da Árvore Hostel de origem nacional no ano de 2009.	63
Gráfico 13 - Perfil dos hóspedes do Praça da Árvore Hostel de origem internacional no ano de 2009.	64

LISTA DE SIGLAS

APAJ – Associação Paulista de Albergues da Juventude

ABAJ – Associação Brasileira de Agências de Viagens

ACM – Associação Cristã de Moços

BB – *Bed and Brakfast*

BOA – *Association Backpacker Organization*

BTAP - *Backpacker Tourism Advisory panel*

CS – *Couch Surfing*

ECA – Escola de Comunicação e Artes

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo

FBAJ – Federação brasileira de Albergues da Juventude

FFICH – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas

FIT – *Free Independent Traveller*

HI – *Hostelling International*

LGBT – Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transgêneros

NSW – *New South Wales*

OMT - Organização Mundial do Turismo

ONU - Organização das Nações Unidas

RTO – Associação de Turismo Regional

TAFE – Escola de cursos profissionalizantes e de Graduação do Governo Australiano

VHM – *Working Holiday Maker*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1 - TURISMO <i>BACKPACKER</i>	5
1.1 - Turismo <i>backpacker</i> em literatura	5
1.2 - Aspectos do mercado <i>backpacker</i> na Austrália	25
CAPÍTULO 2 - A REDE <i>HI HOSTEL</i> BRASIL	37
2.1 - Histórico da rede <i>Hi Hostel</i>	37
2.2 - Conceito <i>backpacker</i>	41
2.3 - Principais aspectos da administração <i>Hi Hostel</i>	46
2.4 - Critérios para abertura de <i>Hi Hostel</i>	48
CAPÍTULO 3 - ESTUDO EXPLORATÓRIO DO TURISTA <i>BACKPACKER</i> NA CIDADE DE SÃO PAULO	54
3.1 - Panorama dos turistas <i>backpackers</i> da rede <i>hi hostel</i> Brasil	54
3.1.2 - Perfil dos turistas <i>backpackers</i> do São Paulo <i>Hostel</i>	57
3.1.3 - Perfil dos turistas <i>backpackers</i> do Sampa <i>Hostel</i>	60
3.1.4 - Perfil dos turistas <i>backpackers</i> do Praça da Árvore <i>Hostel</i>	62
3.2 – Resultados e discussões de pesquisa junto a freqüentadores do Salão do Turismo	69
CONSIDERAÇÕES FINAIS	73
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
APÊNDICES – INSTRUMENTOS DE PESQUISA	81
Apêndice 1- Roteiro de entrevista à pesquisadora brasileira Profa. Maria José Giaretta	82
Apêndice 2- Roteiro de entrevista ao pesquisador brasileiro Prof. Rui José de Oliveira	83
Apêndice 3- Roteiro de entrevista aplicado aos proprietários/representante do Praça da Árvore <i>Hostel</i>	84
Apêndice 4- Roteiro de entrevista aplicado aos proprietários/representantes do Sampa <i>Hostel</i>	85
Apêndice 5- Roteiro de entrevista aplicado aos proprietários/representantes do São Paulo <i>Hostel</i>	86
Apêndice 6- Roteiro de entrevista aplicado aos visitantes do 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo	87
ANEXOS	91
Anexo 1 - Entrevista Maria José Giaretta	92
Anexo 2 - Entrevista Rui José de Oliveira	104
Anexo 3 - Entrevista Praça da Árvore <i>Hostel</i>	117
Anexo 4 - Entrevista São Paulo <i>Hostel</i>	120
Anexo 5 - Entrevista Sampa <i>Hostel</i>	123
Anexo 6 - Tabela para cálculo de porcentagem da amostra obtida no 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo	127
Anexo 7 - Demonstrativo geral da rede <i>Hi Hostel</i> no ano de 2009	128
Anexo 8 - Resultado da pesquisa realizada durante o 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo.	135

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa aborda o turismo *backpacker* na cidade de São Paulo, estado de São Paulo, com enfoque no perfil receptivo dos *hostels* e características dos turistas *backpackers*, baseando-se na rede mundial de albergues da juventude *Hi Hostel*, reconhecidos no Brasil como Albergues da Juventude. O universo da amostra se deu no Praça da Árvores Hostel, Sampa Hostel, São Paulo Hostel, pesquisa de campo durante o 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo, bem como a pesquisadores brasileiros.

O interesse pelo tema se deu durante intercâmbio do autor na Europa, quando hospedou-se pela primeira vez em um *hostel* em Barcelona-ES, onde identificou um mercado pouco conhecido no Brasil e muito explorado na Europa.

Ao regressar ao Brasil, percebeu-se a vontade de conhecer em maior profundidade esse segmento e os pilares da hospitalidade que o permeiam. Após cursar as primeiras disciplinas do Mestrado em Hospitalidade, observou-se que existem poucos estudos no Brasil relacionados ao tema, bem como pouco interesse da iniciativa pública e privado em explorar as atividades voltadas para o turismo *backpacker*.

O turismo na cidade de São Paulo vem se destacando no mercado turístico nacional e internacional, uma vez que a cidade de São Paulo é palco de grandes eventos como a Fórmula 01, Fórmula Indy, parada LGBT, feiras internacionais, bem como o fato de ser destino de negócios e ponto de chegada de muitos estrangeiros ao Brasil.

Na cidade de São Paulo a oferta de *hostels* é limitada e observa-se que há pouca divulgação, uma vez que boa parte dos próprios brasileiros desconhecem essa opção hoteleira ou muitas vezes têm “preconceitos” relacionando os *hostel* aos albergues da prefeitura, que por sua vez tem caráter assistencialista destinado à pessoas que não possuem moradia.

Essas informações geraram a principal preocupação da presente dissertação em pesquisar a oferta de *hostels* como meio de hospedagem aos turistas *backpackers* na cidade de São Paulo, buscando responder ao seguinte problema: Porque esse meio de hospedagem é pouco conhecido no Brasil?

Este questionamento se desdobra em três outras hipóteses assim formuladas:

- Qual é o perfil receptivo da rede *Hi Hostel* na cidade de São Paulo?
- Quais são as características e peculiaridades desse segmento turístico?
- Porque esse segmento é pouco explorado pelos órgãos competentes no Brasil?

Tais objetivos buscam assim, compreender o turismo receptivo dos *hostels* da rede *Hi Hostel* na cidade de São Paulo, bem como as características e peculiaridades que envolvem esse segmento com foco central no perfil receptivo, estrutura e funcionamento dos *hostels*, a fim de:

- Demonstrar os agentes atuantes e a oferta dos *hostels* como meio de hospedagem na cidade de São Paulo.
- Identificar os relacionamentos que se estabelecem nesse meio de hospedagem entre os turistas *backpackers* e o funcionários dos *hostels*, bem como entre os turistas *backpackers* e a população residente.
- Analisar o conhecimento e informações acerca dos *hostels* como meio de hospedagem, seus pontos positivos e negativos, suas ações e outros aspectos.

Justifica-se a importância deste estudo devido a três razões principais, a saber:

A primeira é a falta de estudos sobre o tema, portanto esta pesquisa, ao preencher parte da lacuna da bibliografia especializada, pode estimular estudos futuros e contribuir com a formação superior em turismo ao oferecer informações acerca dos *hostels* como meio de hospedagem e o turismo *backpacker* como estilo de viagem e filosofia de vida.

A segunda refere-se há necessidade de maior aproximação entre acadêmicos e profissionais do mercado: os primeiros podem compreender e analisar o que e de que forma se estrutura e funciona os *hostels* direcionado a um público específico; os segundos podem receber informações que os auxiliem em agir ou buscar ações que aprimorem a qualidade dos serviços prestados.

E a terceira se insere na própria motivação do autor, que vê nesta pesquisa, uma ótima oportunidade para a sua formação enquanto pesquisador, docente e cidadão.

Esta é uma pesquisa exploratório-descritiva de caráter qualitativo, conforme descrito por Dencker (1998, p. 157):

Também chamado de pesquisa *ad hoc*, descrevem situações de mercado a partir de dados primários. Podem ser quantitativos ou qualitativos. São estudos bem estruturados e

planejados que exigem conhecimento profundo do problema estudado por parte do pesquisador. O pesquisador sabe o que deseja avaliar e como deverá proceder para fazê-lo. As pesquisas descritivas compreendem uma série de técnicas de levantamento de dados, como questionário, entrevista estruturada, entrevista semi-estruturada, pesquisa por telefone, pesquisa interativa, questionários enviados pelo correio e observação.

O desenvolvimento deste estudo realizou-se nas várias etapas, as quais são descritas a seguir:

- Levantamento e análise de bibliografia sobre turismo *backpacker*, *hostels* e Albergues da Juventude em bibliotecas da Universidade Anhembi Morumbi e da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo; e em bases de dados de teses *on line* como *Scielo*, *Ebsco*, banco de teses da Capes, dados & fatos do Ministério do Turismo, dentre outros sites.
- Entrevista semi-estruturada (Apêndice A) com *expert* da área, Profa. Maria José Giaretta, vice-presidente da Associação dos Albergues da Juventude de São Paulo, realizada no dia 14 de Junho de 2010, que muito contribuiu com informações e indicações ao norteamento da pesquisa.
- Entrevista semi-estruturada (Apêndice B) com *expert da área*, Prof. Rui José de Oliveira realizada no dia 24 de Junho de 2010, que muito contribuiu com informações e indicações ao norteamento da pesquisa.
- Entrevista (Apêndice C) semi-aberta realizada pessoalmente com gerente/responsável do *Hostel* Praça da Árvore para observação assistemática do turismo receptivo realizada entre os meses de Maio e Junho de 2010.
- Entrevista (Apêndice D) semi-aberta realizada pessoalmente com gerente/proprietária do *Sampa Hoste*, para observação assistemática do turismo receptivo realizada entre os meses de Maio e Junho de 2010.
- Entrevista (Apêndice E) semi-aberta realizada pessoalmente com gerente/responsável do *São Paulo Hostel*, para observação assistemática do turismo receptivo realizada entre os meses de Maio e Junho de 2010.
- Pesquisa (Apêndice F) com aplicação de questionário estruturado realizada durante o 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo para verificar o conhecimento acerca dos *hostels* como meio de hospedagem, realizado no período de 26 de Maio de 2010 à 30 de Maio de 2010.

As variáveis que fundamentaram a elaboração deste instrumento junto ao público presente ao 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo foram as seguintes: dados do entrevistado (sexo, escolaridade, área de atuação profissional e local de residência); conhecimento acerca dos *hostels* como meio de hospedagem; frequência de viagens nacionais e internacionais; interesse em conhecer os *hostels* como meio de hospedagem; filiação e rede mundial *Hi Hostel*, importância dos relacionamentos que se estabelecem nos *hostels*; preço cobrado como fator determinante; utilização da internet como fonte de pesquisa e compra de roteiros/destinos e possível contribuição desse segmento para a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e aos Jogos Olímpicos de 2016. Cabe registrar que a amostra se deu em razão de 112 respondentes, que durante os dias 26 de Maio de 2010 à 30 de Maio de 2010 freqüentavam o 5º Salão do Turismo promovido pelo Ministério do Turismo, através da Instituto Brasileiro de Turismo.

Justifica-se a utilização de diversas fontes disponibilizadas em sites brasileiros e internacionais, pelo fato de haver pouca bibliografia nacional. No que se refere às bibliografias internacionais, essas em sua maioria não estão disponibilizadas em livros, por outro lado, no Brasil há diversos grupos de discussão e troca de informações sobre o tema em questão.

Esta dissertação se estrutura em três capítulos. O primeiro trata do Turismo *backpacker*, abordando sua literatura e categorias do mercado *backpacker*, em especial na Austrália, onde essa prática encontra-se em franco desenvolvimento. O segundo descreve e analisa a rede *Hi Hostel* Brasil, seu histórico, sua filosofia, principais aspectos relacionados à administração e critérios para abertura de *Hi Hostel*. O terceiro apresenta o estudo exploratório do turista *backpacker* na cidade de São Paulo, com foco principal no perfil do receptivo da rede *Hi Hostel* na cidade de São Paulo e, por fim, apresentando também os resultados com os entrevistados durante o 5º. Salão de Turismo. Ao final, destaca os principais resultados, considerações e recomendação para trabalhos futuros, além dos seus reflexos na formação acadêmico-profissional do autor.

1. TURISMO *BACKPACKER*

Este capítulo aborda aspectos relacionados ao turismo *backpcker*, a literatura, características e perfil retratados em suas motivações. Em seguida, trata das categorias de mercado *backpacker*, com base em informações da Associação dos Operadores de Turismo *Backpacker* do Estado de Nova Gales do Sul, Austrália (BOA).

1.1 Turismo *backpacker* em literatura

As definições e entendimentos do termo turismo seguem distintas abordagens, uma vez que não se trata de uma ciência exata e nesse sentido, tais abordagens podem refletir o olhar dos autores que as formulam. Essa dificuldade de definição simples, objetiva e aceita, talvez também seja reflexo dos aspectos multidimensionais e suas interações com outras atividades.

No caso da definição do termo albergues da juventude, a própria definição do tema gera ruídos no Brasil, onde tal aspecto pode ser observado nas entrevistas juntos aos pesquisadores da área no Brasil, bem como junto aos entrevistados no 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo.

Segundo Giaretta (2010) tal definição se deu da seguinte maneira:

Albergue é um termo generalista para um meio de hospedagem, inclusive está sendo confundido porque seria para abrigar pessoas sem moradia e sem lugar para dormir. Albergue da Juventude foi o nome dado no Brasil para essa rede que começou na década de 70 e que foi incorporado pela marca *hostel* a partir da década de 90 e na verdade Albergue da Juventude e *hostel* é a mesma coisa só que o Albergue da Juventude é um termo bem aqui do Brasil, mas ele está incorporado na rede mundial de albergue da juventude que se chama *hostel*, Hostel São Paulo, Hostel Brasil, Hostel Bonito, Hostel Natal. A diferença acho que é uma evolução da rede de mudança e comportamento, de hábito, de marca, de comercialização e de estruturação.¹

De acordo com Goeldner, Ritchie, & McIntosh (2002, p. 24) o turismo moderno é uma disciplina que somente há pouco tempo começou a atrair a atenção de acadêmicos de diversos campos. A maioria dos estudos era conduzida com propósitos

¹ Dados Obtidos durante a entrevista.

específicos, utilizando definições operacionais limitadas para enquadrar-se em necessidades definidas de pesquisadores ou de membros de governos.

A tecnologia e o acesso as informações tem contribuído de forma significativa na vida dos consumidores de diversos setores. Em relação ao turismo, a internet e seus canais, tais como as redes sociais e as ferramentas de troca de informações instantâneas, muito comuns ao turismo *backpacker*, fazem com que esse setor se torne cada vez mais competitivo e dinâmico. Uma viagem pode começar muitas vezes durante a pesquisa, onde o usuário/turista pode ter acesso a muitas informações referentes ao destino, inclusive visualizar em “3D”² estimulando assim suas sensações e desejos. Dessa maneira, observa-se que as novas linguagens de comunicação e no turismo não é diferente, estão possibilitando a abertura de novos caminhos sem precedentes.



Figura 01 – Imagem “3D” no cinema
Fonte: Google imagens (2010).

A segmentação no turismo tende a estar cada vez mais evidente e articulada, pois, os turistas estão se tornando mais observadores e exigentes. Essa mudança de comportamento pode gerar ameaças e oportunidades, uma vez que, o profissional do turismo deve estar atento a tais necessidades e anseios.

Segundo Dias (2003) algumas tendências podem ser apontadas:

- a) As tendências econômicas globais apontam para um aumento do crescimento econômico sustentável e da globalização e, consequentemente, para um aumento da integração mundial. A sustentabilidade do crescimento ocorrerá devido ao aumento da normatização e controle dos processos globais por agências reguladoras e de fomento transnacionais, além de maior efetivação dos acordos internacionais estabelecidos no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC). (DIAS, 2001, p.17).

² 3 Dimensões.

Segundo Goeldner, Ritchie, & McIntosh (2002) qualquer tentativa de definir turismo e descrever completamente sua abrangência deve levar em consideração os diferentes grupos que participam desse setor e que sofrem intervenções por ele. São perspectivas vitais para elaborar uma definição ampla.

O Turista. O turista busca experiências diversas, satisfações psíquicas e físicas. A natureza destas demandas irá determinar as destinações escolhidas e as atividades desenvolvidas.

As empresas fornecedoras de bens e serviços. Os empresários vêem o turismo como uma oportunidade para obter lucros ao fornecer os bens e serviços que o mercado turístico demanda.

O governo da área ou comunidade anfitriã. Os políticos vêem o setor de turismo como um fator de riqueza nas economias sob suas jurisdições. Sua perspectiva está relacionada com a renda que seus cidadãos podem obter deste negócio. Eles também levam em consideração as receitas de moeda estrangeira trazidas pelo turismo internacional, bem como as receitas oriundas de impostos sobre as despesas turísticas, direta ou indiretamente.

A comunidade anfitriã. A população local geralmente vê o turismo como um fator de emprego e cultura. O importante para este grupo, por exemplo, é o efeito da interação com grande número de visitantes internacionais. Esse efeito pode ser benéfico ou prejudicial, ou ambos. (GOELDNER, RITCHIE & MCINTOSH, 2002, p. 23).

No caso do segmento *backpacker*, essas articulações tendem a ser evidenciadas, uma vez que a maioria desses turistas buscam interagir com outros hóspedes e população local durante suas viagens.

Segundo Oliveira (2010) reitera que:

(...) Essas pessoas que estão viajando, elas querem de fato é um local para se hospedar, mas, pensando que eles não irão ficar no *hostel*, o destino deles não é como se fosse um resort, quem nem querem nem sair, muito pelo contrário, eles querem um local onde eles possam ter o seu pernoite, onde eles possam tomar seu banho, guardar suas coisas com segurança, conforto e qualidade, porém eles não querem gastar muito dinheiro, porque eles preferem pegar esse dinheiro e gastar em atividades, como por ex. conhecer outros lugares, participar de passeios, etc.³

Tal aspecto pode ser observado durante a entrevista junto aos proprietário/gerentes dos albergues da juventude da cidade de São Paulo, onde, segundo o Sr. Anibal Silva, gerente do São Paulo Hostel, reiterou:

Geralmente nós temos algumas atividades que são oferecidas para eles e que fica lá na recepção, temos mapas informando

³ Dados obtidos durante a entrevista.

quais são os principais pontos turísticos que eles podem usufruir. No final de semana tem um churrasco que é uma parte da integração entre os hóspedes que vem aqui e como estamos num *hostel* muito grande, as vezes é difícil eles se encontrarem e isso é uma parte da integração entre os hóspedes para que eles se divirtam um pouco mais aqui conosco e também o que nós podemos fazer em relação ao que São Paulo pode oferecer, nós estamos lá para ajudá-los.⁴

Tal aspecto também se apresentou evidenciado em entrevista junto ao Sampa *Hostel*, que por sinal, encontra-se localizado no bairro boêmio da Vila Madalena, cidade de São Paulo e segundo a Sra. Débora Cavaliere, tais atividades são assim estabelecidas:

Fora os churrascos, as caipirinhas. Bom, a Vila Madalena está numa região muito bacana, tanto para sair a noite quanto para sair durante o dia, então, geralmente a gente faz um “esquentar” aqui no Sampa que é super informal, onde tem uma galera que dia: Vamos fazer uma caipirinha? Vamos, a gente ensina a fazer a caipirinha ou pede uma pizza, ou faz um churrasco e isso não é muito programado, as vezes a gente faz uma semana inteira, se os hóspedes pedem, as vezes a gente pula alguns dias, depende, ou a gente faz feijoada, a gente faz de tudo aqui, mas, é sempre tentando integrar, sugerindo passeios durante o dia e é sempre muito agitado.⁵

Ressalta-se nesse sentido, a importância no que diz respeito a valorização dos aspectos relacionados aos Patrimônios Naturais e Culturais dos destinos, uma vez que esses tendem a estimular o fortalecimento da cultura local e a visitação por parte dos turistas, incentivando assim seu deslocamento.

Destaca-se também o interesse do turista *backpacker* por aspectos relacionados ao ecoturismo e ao turismo jovem, que por sua vez, em alguns países esses aspectos são oficiais e contemplados em políticas públicas, como no caso dos países nórdicos que incentivam a prática do auto-stop (carona) proporcionando descontos aos motoristas em restaurantes e pagamento do imposto do carro, mediante assinatura em talonário específico.

Outro fator a ser destacado, é o fato de o turismo estimular a geração de empregos, a construção civil, a implementação e incremento de infra-estrutura, tais como, ferrovias, aeroportos, serviços de alimentação, educação e etc. A medida que esse mercado foi sendo estruturado, houve a necessidade de criação de entidades ligadas ao setor, seja para certificação das atividades, no sentido de criar uma

⁴ Dados obtidos durante a entrevista.

⁵ Dados obtidos durante a entrevista.

padronização ou mesmo a inserção de órgãos anuentes e intervenientes etc.

As oportunidades de integração geradas pela segmentação podem contribuir de várias maneiras no sentido de aproximar os clientes que desejam produtos ou serviço similares, criando assim a possibilidade de uma oferta diferenciada e direcionada para atender esse público. As mudanças ocorridas no turismo refletem uma tendência por facilidade e velocidade no acesso as informações, preços competitivos, variedades, serviços personalizados etc.

Cooper (2001) afirma que as mudanças nos mercados turísticos está claramente fadada a continuar. A resposta do setor de turismo a estes níveis de crescimento determinará o grau de sucesso e aceitabilidade do setor no futuro. Nesse sentido o autor contribui afirmando que há duas influências marcantes:

Em primeiro lugar, há uma série de influências que estão fora de controle do turismo mas terão um impacto em seu desenvolvimento. Estas influências podem ser chamadas de variáveis exógenas.

Em segundo lugar, a própria natureza dos sistema turístico, dada a mudança, está impulsionando a mudança no interior do setor. Estas influências podem ser chamadas de variáveis relacionadas ao turismo. (COOPER, 2001, pág. 482).

O turismo é considerado por muitos países uma força econômica e o “combustível” que impulsiona o crescimento, gerando renda, criando novos mercados e oportunidades. Sendo assim, grande parte dos países, estados e municípios estão avaliando suas potencialidades turísticas e trabalhando para o desenvolvimento organizado de seus atrativos, com o objetivo de transformá-los em produtos turísticos.

Segundo Matias (2007), no que tange ao planejamento turístico, deve-se levar em consideração:

À fase da escolha dos objetos estratégicos e da formulação da política de turismo segue-se, pois, a do estabelecimento de objetivos operacionais, também designada como planejamento turístico, a qual entendemos como o momento em que são organizados os meios (recursos) disponíveis tendo em vista um conjunto de tomadas de decisão que visão como propósito último a consecução dos objetivos estratégicos definidos na política (MATIAS, 2007, p. 341).

Em relação a oferta turísticas, Lage & Milone (2001, p. 72) “reitera que a oferta turística pode ser definida como a quantidade de bens e serviços turísticos que

as empresas são capazes de oferecer a dado preço, em determinado período de tempo”.

Goeldner, Ritchie, & McIntosh (2002, p. 176) observa que compreender o consumidor está no centro da prática empresarial bem-sucedida no setor turístico. Se as várias facetas do mundo do turismo, das viagens e da hospitalidade podem atender às necessidades do consumidor, há chances de sucesso empresarial, desde que as questões financeiras e gerenciais sejam bem administradas.

Nesse sentido, talvez essa seja a chave da questão para compreender o fato do Brasil não ter uma cultura voltada para o turismo *backpacker*, uma vez que existem tímidos registros de políticas públicas para esse setor do turismo ou mesmo ações de marketing feitas pelos órgãos competentes nos principais países emissores de turistas *backpackers*, bem como ações gerais internas direcionadas para qualquer elemento da cadeia de produtos e serviços do turismo *backpacker*.

Uma vez que não há incentivo governamental, isso também pode refletir na questão educacional e no caso do turismo *backpacker*, constatou-se que os estudos no Brasil sobre o tema *backpacker* ainda se apresentam de forma limitada, onde alguns estudiosos pesquisaram o perfil do turista *backpacker* internacional viajando pelo Brasil, os aspectos do marketing relacionado a esse segmento e a utilização *on-line* de informações para o segmento de viajantes independentes. Ressalta-se que embora as pesquisas sejam tímidas, existem atualmente várias redes sociais, sites e grupos de discussão na internet que trocam informações acerca de questões relacionadas ao turismo *backpacker*.

No exterior, os estudos relacionados ao tema *backpacker* estão mais aprofundados, onde pesquisadores observam os efeitos do turismo *backpacker* no ambiente social, a importância desse segmento e suas contribuições ao turismo e balança de pagamentos, o processo intercultural entre turista/residente e seus efeitos na comunidade local, a contribuição das redes sociais, bem como produtos e serviços exclusivos destinados a esse segmento, dentre outros.

Um fato que chama a atenção é o Ministério do Turismo do Brasil não apresentar até o momento nenhuma dado ou pesquisa aprofundada sobre o turismo *backpacker* no Brasil, com estatísticas detalhadas, contribuições desse segmento as receitas do turismo nacional, perfil dos viajantes etc, assim como faz a Austrália desde 1992. Dessa maneira, observa-se que o próprio Guia de Pacotes Turísticos

2010, lançado recentemente pelo Governo Federal não contempla nenhum *hostel* ou Albergue da Juventude como meio de hospedagem.

Em relação à políticas públicas para o segmento *backpacker*, em especial os *hostels* como meio de hospedagem, Giaretta (2010) faz a seguinte observação:

(...) Eu afirmo que não teve uma política desde 2003, alias, a única fase que teve uma política pública efetiva para a rede foi na década de 80 que foi no Governo do Sarney que foi quando o João Dória Jr era presidente e ele arregaçou as mangas e o palitô e foi a campo e a trabalho para por na rua Albergue da Juventude, na época era Terceira Idade e esse nome foi mudando, enfim, e ele tinha outros projetos de inclusão social. (GIARETTA, 2010)

Nota-se dessa maneira, que o olhar do poder público permanece estagnado e que o turismo *backpacker* permanece invisível aos atuais formuladores do Plano Nacional de Turismo, uma vez que o novo programa de segmentação do turismo nacional também não contempla os *hostels* como meio de hospedagem, conforme o quadro abaixo:

Segmentos do Turismo
Turismo Rural
Turismo de Sol e Praia
Turismo de Pesca
Turismo cultural
Turismo de estudos e intercâmbio
Turismo Náutico
Turismo de negócios e eventos
Ecoturismo e Turismo de Aventura

Quadro 01 – Segmentação do Turismo
Fonte: Ministério de Turismo, 2008.

Nesse sentido, também não existem pesquisas no Brasil por parte do Governo Federal sobre os turistas *backpackers* brasileiros viajando ao exterior, ou seja, o Brasil como país emissor de turistas *backpackers* e dessa maneira, vale ressaltar, pela experiência desse pesquisador, o aumento significativo de turistas *backpackers* brasileiros viajando pela América do Sul e em especial para a Argentina, se

hospedando em *hostels*, *couch surfing*, bem como na casa de amigos, pousadas, camping etc.

No Brasil, um dos pesquisadores mais envolvidos com pesquisas relacionadas ao segmento *backpacker* é Rui José de Oliveira, que defendeu sua dissertação de mestrado em 2003 na Universidade de São Paulo com tema intitulado: Turistas estrangeiros *backpackers* em viagem pelo Brasil: perfil dos viajantes e características da viagem. Posteriormente o autor publicou artigo denominado: Turismo *Backpacker* – estudo dos viajantes internacionais no Brasil. A obra apresenta pesquisa qualitativa-descritiva, entre setembro de 2005 e abril de 2006, com 248 viajantes estrangeiros nas cidades de Foz de Iguaçu, Rio de Janeiro e Salvador. Destaca-se que o pesquisador atualiza sua pesquisa a cada cinco anos e nesse momento está coletando informações para atualizar os dados, porém os mesmos não estão disponíveis antes da finalização da presente dissertação.

A pesquisadora brasileira Maria José Giaretta, também está envolvida com o segmento *backpacker* a mais de trinta anos e atualmente é a vice-presidente da APAJ-SP (Associação Paulista dos Albergues da Juventude), entidade filiada a HI – *Hostelling International*, a maior rede de hospedagem econômica do mundo. A Profa. Giaretta publicou livro intitulado: Turismo da Juventude, que apresenta dados inéditos sobre o tema, que abrangem desde o levantamento bibliográfico e o mapeamento do turismo da juventude no Brasil até as organizações envolvidas com esse público, apresentando as diversas modalidades englobadas pelo setor: turismo estudantil, turismo associativo, turismo de natureza, meios de hospedagem, produtos e serviços especiais para jovens, etc. Este livro é o resultado de anos de estudos e pesquisas sobre o mercado de viagens para o segmento juvenil. Trata-se de uma obra indispensável para professores, pesquisadores e estudantes de turismo e também para os profissionais que atuam no setor, como as agências de turismo, de estágios, de intercâmbios, associações, meios de hospedagem, etc.

No tocante a definição do termo *backpacker* no Brasil, Oliveira (2005) contribui afirmando:

Backpacker é a denominação atual mais utilizada mundialmente para descrever os turistas que viajam de maneira independente, flexível e econômica. Numa tradução literal, esta palavra do idioma inglês significa “pessoa que carrega uma mala às costas”. O termo em português que melhor traduz esse significado seria “mochileiro”. (OLIVEIRA, 2005, p 05).

Os turistas *backpackers* muitas vezes ainda têm sua imagem associada aos turistas *hippies*⁶ e andarilhos, porém observa-se que há contradições nessa imagem, como lembra O'REILLY (2006) onde muitas vezes os turistas *backpackers* também são associados com ideais de liberdade, desenvolvimento pessoal e realização, que muitos vêem um período de viagem como uma agradável parte de sua educação, ou como período de diversão e independência antes de assumir as funções de responsável da idade adulta.⁷

Veríssimo e Fonseca (2003), em seu livro "Traçando Roma" dedica parte da sua obra aos mochileiros, com contribuições relevantes no que se refere ao espírito mochileiro. Ele relata movimentos contra os "sacco a pelo" ou mochileiros, que naquela ocasião eram conhecidos como turistas que dormiam dentro de sacos nas ruas, em estações de trem, não se hospedavam em hotéis e não consumiam em restaurantes. Nesse sentido o termo mochileiro ainda gera "ruídos" no Brasil e esse talvez o termo mais conhecido nacionalmente para identificar o turista *backpacker*.

Ainda sob esse olhar, observa-se que boa parte da cultura *backpacker* pode estar também associada a ideologia *beat* dos anos 50⁸, onde o clássico romance "*On the Road*", traduzido para o português como "Pé na estrada", escrito por Jack Kerouac, apresenta a história de um viajante que percorre os EUA de costa a costa em busca de identidade e muitas aventuras influenciando jovens americanos e do mundo.

No entanto, a busca por uma definição da cultura *backpacker* associando-a aos *hippies*, andarilhos, *beat*, etc, pode estar equivocada. Segundo Sorensen (2003) (apud MAOZ, 2007, p.123) atualmente eles não se encaixam na descrição de vagabundos, desviantes, e fugitivos descrito em algumas publicações da década de 1970. Em geral, eles estão tendo uma licença temporária de riqueza, mas com a clara e firme intenção de voltar a vida "normal".

Giaretta (2002) em sua dissertação de mestrado referencia a cultura *beat* e contribui:

O termo *beat*, significa a batida do jazz, o embalo, o ritmo compassado (usado também para expressar cansaço, saturação). *Beat* havia se tornado uma palavra mágica também para os jovens. Daí originado o nome *Beatles*. "O incorfomismo da geração começa, a rigor com o livro *On the Road* (pé na estrada de Jack Kerouac, que colocava toda a

⁶ A filosofia hippie era de inspiração vagamente anarquista e pacifista, opondo-se ao consumismo, ao artificialismo da sociedade industrial e ao convencionalismo de costumes. Os adeptos pretendiam o amor livre, liberdade individual, uso de drogas, alimentação natural, vida comunitária e misticismo.

⁷ *Associating it with ideals of freedom, personal development, and fulfillment, many see a period of travel as an enjoyable part of their education, or as a period of fun and independence before taking on the roles of responsible adulthood. Annals of Tourism Research, Vol. 33, No. 4, pp. 999, 2006.*

⁸ Movimento literário dos anos 1950.

moçada em movimento com seu relato de vida nômade. Escrito em 1951, Kerouac datilografou o texto freneticamente em um rolo de papel telex para evitar constante troca de folha. A estrada simbolizava a viagem sem rumo como os conquistadores errantes do faroeste americano de outrora.

Publicado em 1957 o livro narra as experiências e atitudes de um grupo de agitados jovens norte americanos loucos para viver emoções fortes e cujos principais interesse na vida, além da literatura, giravam em torno de viagens, estradas, agitadas festas, jazz, sexo, carona, drogas. Andavam mal barbeados, cabelos em deslinho, irreverentes. Através da recém-inaugurada rodovia Rota 66 e outras estradas cruzavam os Estados Unidos em carro próprio ou carona de um lado para outro. Era uma jeito diferente de viver o mito de vagabundo. (GIARETTA, 2002, p.28)

Por outro lado, muito antes de se pensar em ideologia *Beat*, alguns movimentos provenientes da Europa já demonstravam o estilo *backpacker*, onde, segundo a *Hi Hostel Brasil*:

“Em 1909 na Alemanha o professor Richard Schirmann dedicava parte de seu tempo a criar programas de convivência para seus alunos. De atividades pedagógicas, passou a organizar grupos com os jovens para realizar pequenas viagens de estudos. Foi assim que o prof. Schirmann descobriu a possibilidade de criar uma alternativa para acomodar os alunos, que não fosse apenas o pernoite em hospedarias.” (*HI HOSTEL BRASIL*, 2010)

Sob esse aspecto e observando esse estilo de viajar que o Prof. Schirmann criou o primeiro *hostel* em Altena no ano de 1912 e que funciona até hoje. Dessa maneira compreende-se que a utilização dos *hostels* como meio de hospedagem fazem parte da cultura dos turistas *backpackers*, porém, ressalta-se que há outros meios de hospedagem utilizados pelos turistas *backpackers*.

Alguns autores, dentre eles Oliveira (2010), citam que outra possível influência da cultura *backpacker* pode estar relacionada ao *Grand Tour*⁹ das classes mais abastadas da Inglaterra nos séculos XVII e XVIII, em que o nobre jovem inglês freqüentemente saía por um ano ou mais para viajar pelas estradas e pelo circuito social da Europa, a fim de completar sua educação e nesse sentido, observa-se que muitos turistas *backpackers* viajam por períodos longos e em busca de novas experiências e cultura, inclusive no sentido de aprimorar outro idioma. Observa-se outro movimento denominado “*Flashpacker*”, que se parece com o conceito

⁹ *Grand Tour* era o nome dado a uma tradicional viagem pela Europa, feita principalmente por jovens de classe-média alta e reconhecido como um rito de passagem educacional.

backpacker, porém está direcionado a um público mais “elitizado”, disposto a pagar mais e hospedar-se em quarto privativo no *hostels* conhecidos como *hostels boutique*.

Ressalva-se que essa analogia feita por alguns autores pode estar equivocada, pois, o perfil do turista *backpacker* tende a ser econômico, diferente da alta burguesia européia dos séculos XVII e XVIII, por outro lado, o turista *backpacker* não é necessariamente sem poder aquisitivo, uma vez que ele direciona seus gastos de acordo com os seus valores pessoais e sua renda.

Em relação ao aspecto de se definir de maneira objetiva o segmento *backpacker* O'REILLY (2006, p. 999) diz que:

(...) como mais e mais pessoas participam e integram a modalidade de turismo *backpacker*, pode-se entender uma estrutura comum de consumo, onde o estereótipo do turista *backpacker* é facilmente reconhecido. Do ponto de vista do pesquisador, no entanto, pode ser difícil distingui-lo claramente, isso se deve ao fato do *backpacker* ser mais uma identidade construída socialmente do que uma estratégia claramente definida.⁶

Segundo Maos (2006) em seu estudo que analisa as motivações dos turistas *backpackers* israelenses, os viajantes *backpackers* tem sido considerados como um fenômeno não diferenciado, onde pesquisas têm atenção limitada para as origens dos mochileiros, onde afirma que:

Embora a prática tenha realmente sido institucionalizados, isto não exige homogeneidade entre os turistas. Pelo contrário, eles parecem ser mais diversificados e variados do que nunca, participando de uma série de atividades sociais e recreativas e que não sejam similares em motivações de fundo nacional e cultural, idade, gênero e classe. (tradução do autor)¹⁰

Observa-se que ao longo dos últimos anos o turismo *backpacker* teve uma evolução na Oceania e em especial na Austrália e Nova Zelândia e isso não se deu por acaso, uma vez que um dos primeiros estudiosos a identificar o fenômeno mochileiro como nicho de mercado de turismo foi o Prof. australiano Philip L. Pearce, da *James Cook University* em seu estudo denominado: O fenômeno *backpacker*: respostas para

¹⁰ *As more and more people partake of the backpacker image and travel in this mode, a common structure of consumption has formed: the backpacker is now an easily recognizable stereotype. From a researcher's perspective, however, it can be difficult to clearly distinguish this from other types of tourism. As Sorensen has highlighted, the backpacker is more a socially constructed identity than a clearly defined category. Annals of Tourism Research, Vol. 33, No. 4, pp. 999, 2006.*

as questões básicas, datado de 1990.

Vários estudos contribuíram para o pilar estruturado do turismo *backpacker* na Austrália, onde em 1995, Philip L. Pearce e Laurie Loker-Murphy contribuíram com novo estudo buscando o “olhar” sobre os aspectos relacionados ao orçamento dos jovens turistas *backpackers* australianos.

Segundo Pearce e Loker-Murphy (1995) o segmento *backpacker* na Austrália pode ser assim compreendido:

Hoje, na Austrália, Sudeste Asiático e na Nova Zelândia, o “termo” *backpacker* é bem conhecido e aceito pela indústria do turismo, pelos viajantes e pela comunidade como uma descrição dos predominantemente jovens turistas com orçamentos baixos e que viajam nos feriados prolongados, nas férias ou à trabalho. (Tradução do autor)¹¹

Observa-se, através de várias leituras que a Austrália é referência no assunto e foi um dos primeiros países a reconhecer que o turismo *backpacker* gerava tanto ou mais divisas que os que chegavam ao país pelas operadoras de turismo e que, além disso, diversificavam seus gastos por localidades onde os turistas convencionais não costumavam chegar, gerando assim uma distribuição de gastos diversificada.

Nesse sentido, foi criado em 1992 a Associação de Operadores *Backpackers* do estado de Nova Gales do Sul, entidade reconhecida pela sigla “BOA”, que tinha naquela ocasião a premissa de tratar dos assuntos relacionados ao setor. De acordo com BOA (2010)¹² as atividades bem sucedidas incluem:

- Apoio ao Painel Consultivo do Turismo *Backpacker* (BTAP), órgão responsável por realizar “lobby” junto ao Governo Federal no sentido de dar continuidade aos programas destinados ao turismo *backpacker*.
- Apoiar municípios na detecção e fechamento dos alojamento, chamados não autorizados em Nova Gales do Sul.
- Estabelecer sub-comissões por regiões.
- A luta pela isenção de impostos para a indústria do turismo *backpacker*.
- Criação de uma câmara de suporte ao mochileiros dentro do aeroporto internacional de Sidney.
- Porta voz para mídia.
- Comunicação ativa com o departamento de polícia no sentido de preservar a segurança dos turistas *backpackers*,
- Dentre outros.

¹¹ *Backpackers Operation Association of New South Wales* – Austrália.

¹² *Backpackers Operation Association of New South Wales* – Austrália.

Por outro lado, outros estudiosos em diversos países começaram a direcionar seus esforços no sentido de compreender o turismo *backpacker*, entre eles, segundo mochileiros (2010) a pesquisadora Darya Maoz, que realizou seu doutorado em sociologia e antropologia na Universidade Hebraica de Jerusalém e é autora da novela em Hebraico “A Índia vai me amar” que aborda os turistas mochileiros israelenses na Índia.

Segundo Maoz (2006) a definição mais coerente entre os diversos autores que estudam o fenômeno *backpacker* pode ser assim definida:

Eles são freqüentemente interessados em experimentar o estilo de vida local, na tentativa de "olhar local", e citam "conhecer outras pessoas", como uma motivação-chave. Suas atividades recreativas são susceptíveis de se concentrar em torno da natureza, da cultura, ou de aventura. Este padrão é consonante com a tendência dos mochileiros de viajar mais amplamente do que outros turistas, buscando rotas incomuns. Muitos viajam com um orçamento rigorosamente controlado, muitas vezes devido ao tempo relativamente longo de sua jornada. Eles são descritos como pessoas que buscam experiências únicas e autênticas. A pesquisa é baseada na exclusão de outros turistas.¹³

No que tange aos estudos relacionados ao tema *backpackers*, Maoz (2007, p.122-140) afirma que nas últimas décadas houve evolução para se compreender melhor o segmento e nesse sentido muitos autores que abordam o assunto classificam conforme identificados na Tabela 01.

Tabela 1 – Alguns estudos sobre turismo *backpacker* no período de 1978 à 2006

Ano	Autor	Tema	Local
1978	Chás J.	Juventude e viagens no Nepal.	<i>Sociedade de Antropologia Papers Kroeber</i> (1978), pp. 35-41
1988	Riley P.	Cultura de estrada internacional: Orçamento para viagens longas.	<i>Annals of Tourism Research</i> 15 1988), pp (313-328.)
1995	Loker-Murphy e Pearce P.	Orçamento viajantes jovens: mochileiros na Austrália.	<i>Annals of Tourism Research</i> 22 1995), pp (819-843).
1996	Loker-	Mochileiros na Austrália: a motivação baseada em	<i>Journal of Marketing Viagens e Turismo</i> 5

¹³ They are often keen to experience the local lifestyle, attempt to “look local,” and cite “meeting other people” as a key motivation. Their recreational activities are likely to focus around nature, culture,

	Murphy	estudo da segmentação.	em 1996) (4), pp (. 23-45.
1998	Desforges L.	"Check-out do Planeta": Representações Globais / identidades locais e viagens para jovens.	In: T. Skelton e Valentine G., Editors, <i>lugares frescos. Geografias das culturas juvenis</i> , Routledge, Londres (1998), pp. 175-192.
2002	Uriely N e Simchai D.	Experiências de mochila: Um modelo e forma de análise.	<i>Annals of Tourism Research</i> 29 2002), pp (. 520-538
2002	Westerhausen, K.	Westerhausen, além da praia: uma etnografia de viajantes modernos na Ásia,	Imprensa Lótus Branco, Bangkok
2003	Sorensen, A.	Etnografia Backpacker	<i>Annals of Tourism Research</i> 30 2003), pp (. 847-867).
2005	Maoz, D.	Jovens mochileiros israelenses adultos na Índia.	In: C. Noy e E. Cohen, Editors, <i>Backpackers israelitas: De a Rite of Passage Turismo</i> da Universidade Estadual de Imprensa de New York, New York (2005), pp. 159-188
2006	Muzaini, H.	Mochila no Sudeste Asiático. Estratégias de "Olhar" local.	<i>Annals of Tourism Research</i> 33 2006), pp (. 144-161).

Fonte: Elaboração do autor.

Segundo Oliveira (2008), em seu artigo que trata dos Turistas *Backpackers*: estudo dos viajantes internacionais no Brasil, alguns estudos de pesquisadores internacionais têm tratado do tema *backpacker* com diferentes proposições e sob pontos de vista

Pearce e Loker-Murphy (1995), estudam o fenômeno *backpacker* na Austrália. Discutem a origem dessa forma de viagem, analisam alguns elementos como a preferência pela acomodação econômica, o interesse em encontrar/conhecer outras pessoas, a forma independente de organizar a viagem, a flexibilidade nas decisões sobre a viagem, a longa duração da jornada e a prática de atividades informais e participativas. Hampton (1998) defende que o turismo internacional é freqüentemente percebido pelos planejadores governamentais de turismo dos países menos desenvolvidos como um motor de crescimento econômico, mas o foco é comumente dirigido ao turismo de massa, ignorando o segmento do turismo *backpacker*. (OLIVEIRA, 2008, p.94).

Em relação ao receptivo de turistas *backpackers* da Austrália, observa-se:

(...) Só em 1997, 240 mil mochileiros gastaram o montante de 1.2 bilhões de dólares naquele país, com uma média de 5 mil dólares por visitante, conforme relata o estudo "O desenvolvimento do turismo *backpacker* no oeste da

Austrália¹⁴, de Jim MacBeth e Klaus Westerhasen. O estudo diz também que os mochileiros visitaram em média 10.6 localidades contra 2.7 dos turistas convencionais. (MOCHILEIROS, 2010).

Como dito anteriormente, a Austrália tem grande experiência e tradição cultural no que tange o turismo *backpacker* e segundo BOA (2010)¹⁵ para se entender o mercado *backpacker* deve-se aproveitar as oportunidades e benefícios do rápido crescimento do turismo *backpacker* e isso depende de um bom entendimento do mercado.

Moshin e Ryan (2003) relatam em seu estudo sobre os *backpackers* na Austrália que se trata de um segmento de mercado importante para determinados setores do turismo, entre os quais se destacam os fornecedores de acomodação para *backpackers* e organizadores de viagens econômicas de um a cinco dias para o deserto nas partes mais acessíveis do território australiano. Dessa forma, trazem também benefícios econômicos não somente aos grandes centros turísticos, mas também aos operadores no deserto australiano e às respectivas comunidades. Para os negócios do turismo, um dos pontos mais importante é o fato de os *backpackers* fornecerem um conjunto de mão-de-obra apta a aceitar trabalho temporário de curto prazo, freqüentemente ligado à própria cadeia produtiva do turismo, como em *hostels*, restaurantes, cafés e, ocasionalmente, no papel de guias turísticos, graças as suas habilidades lingüísticas.

Dessa maneira, os *hostels* podem contribuir no que se refere a empregabilidade, gerando uma oportunidade a mais para as pessoas que estão iniciando sua vida profissional ou querem adquirir experiência profissional ou mesmo habilidades em relação a línguas e idiomas.

Nesse sentido, de certa forma os *hostels* buscam a informalidade e isso não significa que não haja eficiência em seus serviços, onde segundo Giaretta (2010) “(...) sofisticação é diferente de qualidade. Qualidade para nós é cumprir aquilo que a gente divulga na nossa rede”.

Em relação à expansão do turismo, uma clara demonstração pode ser observada no que se refere ao número de chegadas internacionais, desde que começaram a ser medidos, em 1965, os desembarques de estrangeiros no mundo

¹⁴ “The development of backpacker tourism in Wester Australia”

¹⁵ *Backpackers Operations Associacion of New Sout Wales* – Austrália.

passaram de 25 milhões para 692 milhões, em 2000. Para o ano de 2020, recentes estudos da OMT¹⁶ prevêem que haverá 1,6 bilhão de turistas internacionais em todo o mundo. Esses turistas gastarão em torno de US\$ 4 trilhões, que, somados ao turismo interno de cada país, deverá chegar à cifra extraordinária de US\$ 9 trilhões.

A figura 02, apresenta o “*Jolly Swagman Backpacker Hostel*, localizado na cidade de Sidney, Austrália.



Figura 02 – *Hostel* australiano localizado na cidade de Sidney.
Fonte: (Site jollyswagman, 2010)

De acordo com o dados oficiais, fornecidos pelo o Governo da Austrália em seu anuário denominado: Visitantes internacionais na Austrália, ano 2009¹⁷, observa-se os seguintes dados referentes ao segmento *backpacker*:

Tabela 02 – Receptivo *backpacker* na Austrália no ano de 2009.

Gastos	2009
Total de turistas	570.000
Total de pernoites	43.517.00
Duração médias de pernoites	76
Gastos gerais	\$3.485
Gastos em shopping	\$482
Gastos com comida, bebida e acomodação	\$2.981
Total de gastos	\$6.114

Fonte: Elaboração do autor

¹⁶ OMT – Organização Mundial do Turismo.

¹⁷ *International Visitors in Austrália* – 2009.

Nota-se de acordo com os dados demonstrados no quadro 02, que o segmento *backpacker* evoluiu ao longo dos anos, conforme apresentado anteriormente e que atualmente representa uma parcela considerável de turistas na Austrália.

Segundo Aoqui (2005, p.116) outra vantagem econômica dos *backpackers* na Austrália é que a maioria dos gastos desse segmento são absorvidos pela economia australiana, uma vez que a maior parte das empresas envolvidas nesse segmento são de propriedade de australianos, tal como os albergues, pubs, lojas de esquina e pequenas operadoras de turismo. Isso é um contraponto à repatriação de dinheiro comum no turismo de luxo, que em geral demanda conforto importado de outros países.

Ainda sobre os turistas *backpackers* na Oceania, verifica-se estudo realizado pela professora Regina Scheyvens da *Massey University* na Nova Zelândia intitulado “Turismo *backpackers* e desenvolvimento no terceiro mundo”¹⁸ realizado no ano de 2001, que conclui que:

(...) Países de “terceiro mundo” ignoram o turismo *backpacker* e priorizam apenas o turismo de luxo, o que na prática é uma grande contradição, pois a infra-estrutura necessária para receber mochileiros é muito mais simples e mais fácil de ser concebida. Os benefícios econômicos são quase os mesmos, enquanto os impactos negativos são muito menores ou quase nulos. Na Nova Zelândia o *Backpacker Tourism* é também bastante desenvolvido. (MOCHILEIROS, 2010).

Em 2002 o Sr. Willian Wattie, então representante de turismo neozelandês no Brasil¹⁹ e que posteriormente atuou como cônsul geral da Nova Zelândia no país, afirmou:

“Na Nova Zelândia a infra-estrutura para essa indústria é bem avançada, atendendo qualquer orçamento. Existem hotéis de cinco estrelas e por outro lado, albergues e *backpackers* (hospedagem do tipo albergue) em cada cidade, aldeia e centro de esportes radicais e ecoturismo. Existem por exemplo, empresas que levam os mochileiros do aeroporto em Auckland até o fim da ilha sul, para aventuras de uma, duas, três ou até mais semanas. Enfim, falta de opção e preços não tem. Na Nova Zelândia, um país pequeno de uma economia pequena, que depende muito do renome e dos elogios dos turistas, não existe espaço para erro ou insatisfação. Lá é muito mais seguro pular de pára-quedas ou *bungee* do que atravessar a avenida paulista na madrugada! O país está sempre inventando um novo esporte

¹⁸ *Backpackers tourism and development in third world.*

¹⁹ Após diversas tentativas junto ao consulado da Nova Zelândia em São Paulo, não foi possível confirmar seu atual cargo.

radical, tanto para entretenimento dos neozelandeses quanto dos turistas internacionais. Primeiro foi o *Bungee*, que conquistou o mundo; agora foi o *Zorb* e o *Fly-by-wire*.” (MOCHILA BRASIL, 2010).

Por outro lado, em contraponto ao modelo discutido nos parágrafos anteriores, em especial na Nova Zelândia e na Austrália, percebe-se que as ações do poder público para o turismo *backpacker* no Brasil ainda é visto com muitas restrições e falta de conhecimento, uma vez que as políticas de turismo no Brasil privilegiam em sua maioria o turismo de massa e de luxo.

Recentemente o Sr. Tony Wheeler, fundador do “*lonely Planet*”, o guia de viagens mais vendido em todo o mundo esteve no Brasil para ministrar uma palestra na Universidade Anhembi Morumbi em Abril de 2010, quando concedeu entrevista a Folha de São Paulo, onde analisou o turismo no Brasil e as questões referentes ao turismo de baixo custo, onde afirmou:

(...) Tentamos cobrir todas as áreas, de baixo custo ao alto luxo atualmente. Mas não abro mão do baixo custo. As viagens dos jovens são as mais importantes, porque um rapaz de 20 anos que compra o guia hoje e gosta do produto vai consumir os guias por 30, 40 anos. E são pioneiros, buscam lugares novos, não se importam com as dificuldades das viagens. Um turista de 60 anos vai consumir por 10 anos, mas não duram 20. (FOLHA DE SAO PAULO, 2010)

Em geral, boa parte dos consumidores dos guias da *Lonely Planet* são de turistas de baixa renda, bem como de turistas *backpackers*, onde ressalva-se que nem todo turista *backpacker* pode ser considerado turista de baixa renda, uma vez que o turista *backpacker* tem uma filosofia muito clara e sólida e que pode permear várias classes sociais.

No ano de 2004, durante a 32ª edição da Feira das Américas ABAV, o maior evento de turismo da América Latina, o então Ministro do Turismo Walfrido Mares Guia em entrevista concedida durante o evento, relatou a importância do segmento para o turismo nacional e demonstrou interesse do governo em investir no setor, afirmando que naquela ocasião (2004), o Brasil recebia aproximadamente 20 mil turistas *backpackers* anualmente.

Justamente em 2004, foram apresentadas as diretrizes gerais do atual governo para o turismo nos próximos quatro anos na comissão de economia em audiência pública pelo então ministro Walfrido Mares Guia, onde no que diz respeito ao turismo *backpacker* fez as seguintes contribuições:

Porque não temos muitos mochileiros brasileiros?

As principais razões são financeiras. Apesar do baixo custo de uma viagem como mochileiro, algumas dificuldades ainda assombram a classe. 1) Não existe uma política de financiamento turístico voltada para o público jovem. As linhas de crédito para o turismo existentes hoje, aplicam juros altos e incompatíveis com a capacidade financeira do público alvo. 2) O câmbio não é muito favorável quando estamos tratando de viagens para Europa; Até mesmo para alguns países sul-americanos não conseguimos obter vantagens ou até mesmo uma paridade dentro da ótica do alto custo de vida. 3) O alto custo das passagens aéreas e a falta de malha ferroviária também desfavorece o crescimento desta classe dentro do país. 4) Como não é uma atividade bem difundida ainda não existe interesse hoteleiro no país em ofertar para a baixa demanda.

(REVISTA TURISMO, 2004)

Por outro lado observa-se que houve no Brasil uma expansão em relação aos meios de hospedagem destinados ao turista *backpacker*, em especial os *hostels*, filiados ou não a *Hostteling International*. Dessa maneira, observa-se um interesse da iniciativa privada em atender esse segmento. De qualquer maneira, as políticas voltadas para o segmento *backpacker* não podem estar direcionadas apenas aos meios de hospedagem, uma vez que esse é apenas um item dentro da cadeia de produtos e serviços relacionados ao turismo *backpacker*.

De acordo com Mochileiros (2010) em matéria intitulada: Turismo Mochileiro: um mercado a ser descoberto, vários são os gargalos existentes no Brasil que afetam o interesse no país como destino *backpacker*, dentre eles:

- (...) As companhias aéreas brasileiras operam com assentos vazios (cada vez menos, isso é fato) mas ainda não possuem produtos direcionados para esse público - até porque o ignoram.
- (...) Não há na área de transporte nenhum produto direcionado para este público. Passes aéreos e rodoviários poderiam e deveriam ser criados, mas como criar algo para um público que não se conhece.
- (...) Muitos destinos interessantíssimos, grandes distâncias e uma infra-estrutura de transporte deficiente fazem do Brasil um país difícil de “ser viajado”.

No ano de 2002 foi trazido ao Brasil o conceito “passe mochileiro” onde a idéia era transformar um trajeto em várias viagens, mas pagando apenas um preço. A empresas OZ e Kiwi *Experience* operam na Nova Zelândia e Austrália a anos e a idéia foi trazida ao Brasil pela franqueada *South America Experience*. Num primeiro momento as viagens eram feitas pelo Rio de Janeiro, Bahia, Foz do Iguaçu e posteriormente trajetos para Argentina, Peru, Chile dentre outros.

Em relação ao projeto “passe mochileiro”, observa-se de acordo com o site Mochileiros (2010) que:

“Fomos testemunhas de um projeto muito interessante e viajamos durante 3 meses pela Bahia a bordo dos ônibus da “ *South America Experience*”, um projeto que tinha como objetivo criar um passe rodoviário direcionado para esse público e que chegou a funcionar durante um tempo no país. Infelizmente o projeto não deu certo. Uma oportunidade jogada fora pela falta de conhecimento sobre o assunto no Brasil”. (MOCHILEIROS, 2010).

Por outro lado, o turismo no Brasil tende a estar exposto, pelo menos no que diz respeito a sua visibilidade, uma vez que o Brasil irá sediar a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as Olimpíadas de 2016. Com vistas a compreender melhor o perfil dos turistas e a crescente demanda de turismo segmentado, o 5 ° Salão do Turismo realizado no mês de maio de 2010 direcionou o seu núcleo de conhecimento a artigos e mesas de debates que contemplaram assuntos relativos aos diversos segmentos turísticos de oferta e/ou demanda, considerando a relação destes com o mercado, dentre eles:

TEMA	PARTICIPANTES	Mediadora
Turismo para mochileiro: uma alternativa para o desenvolvimento	Rui José Oliveira - Coordenador de Pós-Graduação - SENAC/SP. Maria José Giaretta - APAJ Viagens e Turismo Daniel Thompson - Mochileiro das Maravilhas	Tatiana Turra - Federação de <i>Convention & Visitors</i> Bureaux do Estado do Paraná - FBC&VB/PR

Quadro 2 – Mesa de debate do 5º Salão de Turismo.

Fonte: Elaboração do autor

Dessa maneira, pressupõe-se abertura por parte do Ministério do Turismo em buscar compreender o segmento *backpacker*, uma vez que, como mencionado anteriormente, não há estudos por parte do Governo Federal Brasileiro que aponte informações relevantes a esse segmento do turismo e nem o reconhecimento do turismo *backpacker* como um segmento do turismo. Ressalta-se também que os *hostels* como meio de hospedagem podem contribuir aos eventos da Copa do mundo

de Futebol de 2014 e aos Jogos Olímpicos de 2016 no Brasil, uma vez que há demanda reprimida por diversos meios de hospedagens no Brasil e nesse sentido, os *hostels* podem somar a oferta de unidades habitacionais aos eventos.

Cabe o registro de que a São Paulo Turismo (SPTuris), empresa de turismo da cidade de São Paulo, que tem como missão posicionar e promover a cidade de São Paulo, como a capital dos negócios, conhecimento, entretenimento da América Latina e que muito contribui com pesquisas de mercado, começou recentemente uma pesquisa acerca do turismo *backpacker*, fato esse que pode contribuir à melhor compreensão do segmento, bem como a expansão da cadeia de produtos e serviços destinados a esse público.

Por outro lado, destaca-se que a filosofia e estilo de viagem *backpacker* contempla apenas parte dos viajantes *backpackers*, uma vez que nem todos estão interessados em conhecer a cultura local, usufruir de um conforto limitado, abrir mão de privacidade e improvisação, além de não ter disponibilidade de longos prazos para viajar.

1.2 Aspectos do mercado *backpacker* na Austrália.

Faz-se interessante expor que a Austrália, como relatado no capítulo anterior, possui grande tradição em relação ao turismo *backpacker*, porém, ressalta-se que o êxito obtido pela Austrália é fruto de muito trabalho e organização, principalmente através das ações implementadas pela Associação de Operadores de Turismo *Backpacker* do Estado de Nova Gales do Sul. Esse capítulo, trata das categorias do mercado *backpacker* disponibilizados através do site da BOA, levando em consideração que esse modelo pode ser aplicado a outros países e regiões que tem interesse em expandir e difundir o turismo *backpacker*, tendo como base os pontos positivos e negativos apresentados em seus diversos tópicos categorizados.

A Austrália, assim como o Brasil, é um país de dimensões continentais e distante dos países que mais emitem turistas *backpackers*. onde boa parte de seu território é inabitável devido a fatores geográficos e ambientais.

Segundo Aoqui (2005) o segmento *backpacker* na Austrália tem grande importância, onde:

A Austrália é, sem dúvida, um dos países que mais investem no segmento *backpacker* –e, conseqüentemente, um dos que mais se desenvolveram nesse sentido, ao lado de países tradicionais como Alemanha e Holanda. Reflexo disso é a vasta quantidade de estudos acadêmicos sobre o tema, o que, por sua vez, está diretamente relacionado à importância econômica que esses viajantes independentes têm para o país. (AOQUI, 2005, p.114)



Figura 03 – Mapa da Austrália.

Fonte: Google Mapas.

Embora os dois países tenham similaridade em relação à sua extensão territorial, o Brasil é cerca de dez vezes mais populoso que a Austrália, porém, assim como a Austrália carece de infra-estrutura para ligar suas regiões mais longínquas.



Figura 04 – Mapa da América do Sul.

Fonte: Google Mapas.

Segundo Kosaka (2009) em função das organizações não estarem aptas a atingirem todos os mercados ao mesmo tempo, é importante que as mesmas

identifiquem seus mercados-alvo e que conheçam bem seus clientes e potenciais clientes em relação a suas necessidades, desejos, atitudes e comportamentos. Dessa forma, a segmentação de mercado aparece como uma estratégia de marketing de grande importância para as organizações.

O turismo *backpacker* apresenta algumas adversidades que muitas vezes podem ser específicas apenas a esse segmento. O Governo da Austrália de uma maneira geral, no que se refere ao turismo *backpacker*, optou por categorizar o turismo no sentido de se agregar valor e atender de maneira mais eficiente as necessidades desses turistas e da cadeia de produtos e serviços que envolve esse segmento.

Um fator importante no turismo *backpacker* é a possibilidade de utilização de pacotes combinados, onde segundo Ruiz (2003), a importância de realizar pacotes combinados pode se destacar quando:

A adequada construção do pacote também requer um profundo conhecimento da oferta disponível com todas as suas variantes, de forma que o operador configure o melhor programa possível. Nesse terreno é importante informar todos os organismo oficiais de promoção turísticas que devem facilitar esta tarefa. (RUIZ, 2003, p. 304).

As características e oportunidades de mercado *backpacker* disponibilizadas pelo site da Associação de Operadores de Turismo *Backpacker* do Estado de Nova Gales do Sul, podem ser assim compreendidas:

Aspectos de Mercado <i>Backpacker</i> (BOA)
1 - Perfil <i>backpacker</i> .
2 - Tendências positivas de Mercado.
3 – Segmentos.
4 - Venda de serviços voltados para as necessidades <i>backpacker</i> .
5 - Desenvolvimento de normas de qualidade.
6 - Embalagem do produto.
7 – Promoção.
8 - O papel da Internet.
9 - Dicas de Negócios <i>Backpacker</i> .

Quadro 3 – Aspectos do mercado *backpacker* em Nova Gales do Sul – Austrália.
Fonte: Elaboração do autor.

Ressalta-se que a Associação de Operadores de turismo *Backpacker* de Nova Gales do Sul foi criada em 1992 e que esta organização representa os interesses dos operadores mochileiros desse estado Australiano. Seus objetivos incluem promover Sidney e Nova Gales do Sul no exterior, bem como a promoção da cooperação entre os operadores e outros setores de turístico e de viagens, fornecendo assim um canal de aproximação com o governo. Nesse sentido, os membros da Associação de Operadores do turismo *backpacker* são obrigados a fornecer evidências de conformidade com as normas apropriadas.

No que diz respeito ao perfil *backpacker*, BOA (2010) reitera que apesar da reputação de ser um turista com orçamentos apertados, os mochileiros geralmente gastam mais, viajam mais e ficam mais tempo do que os outros viajantes. O turista *backpacker* típico tende a ser jovem (18-35 anos), educado, aventureiro e consciente dos preços, tendo, de certa maneira um estilo próprio de viagem.

Em relação as acomodações, a maioria dos mochileiros usam grande variedade de pousadas ao redor da Austrália e embora eles prefiram gastar o mínimo possível por alojamento, nem sempre eles conseguem disponibilidade para as tarifas mais econômicas. Outra questão é o fato de que seus gastos, em geral, são destinados em sua maioria para as atividades que irão realizar durante a viagem e de certa forma, são ansiosos para estarem com os outros viajantes e moradores locais e dessa maneira, o contato social, incluindo novas amizades e festas, são um dos motivos principais em sua viagem e nesse sentido, as reuniões entre companheiros de viagem tornam-se uma oportunidade para se obter boas dicas.

Por outro lado, embora os turistas *backpackers* sejam conscientes dos preços e desejem espalhar seus gastos por um longo período, eles gastam em média o dobro da quantidade de outros visitantes internacionais na Austrália, devido ao fato de possuir um itinerário flexível e estadias prolongadas. Observa-se também que eles são mais tendenciosos a viagens “fora do circuito convencional” e com tempo acima da média e que buscam diversas experiências em locais variados. Outra questão, é que esse turistas chegam à Austrália com itinerários flexíveis e idéias de viagens, mas poucas reservas reais, ou seja, sua viagem pode ser modificada a qualquer momento.

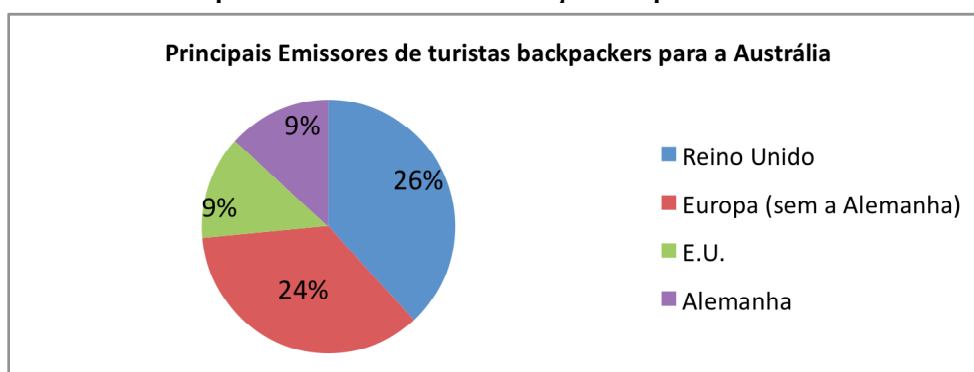
Outra característica marcantes dos turistas *backpackers*, segundo Boa (2010) é o fato dele ser, em geral, um aventureiro ativo e de particular interesse por passeios de aventura e atrações que exigem participação ativa. De certa forma, eles buscam

atividades típicas e autênticas da cultura australiana, além de demonstrar interesse pela cultura aborígene.

Nesse sentido, o termo *backpacker* é largamente utilizado na Austrália e Nova Zelândia e que somente nos últimos anos, começou a ser usado no exterior, principalmente por empreendedores que abrem albergues e fornecem serviços para esse segmento, no entanto, pode ser mal interpretado em algumas regiões como os Estados Unidos da América, onde é usado para descrever um passeante.

Para Boa (2010), em relação às tendências positivas de mercado, observa-se que 10% de todos os visitantes internacionais na Austrália são classificados como *backpackers* e cerca de 25% de todas as pernoites são de turistas *backpackers*. Outro fator importante é que o número de visitantes *backpackers* cresceu regularmente na última década e que os principais países emissores de turistas *backpackers* para a Austrália no ano de 2005, estão assim identificados:

Gráfico 01 – Principais emissores de turistas *backpackers* para a Austrália em 2005.



Fonte: (International Visitor Survey, 2005).

No que se refere à segmentação, a Associação de Operadores de Nova Gales do Sul, ressalta que o mercado *backpacker* não é homogêneo, mas inclui uma série de segmentos identificáveis, que têm interesses e necessidades um pouco diferentes, dentre eles:

- Trabalho nas férias (WHM)²⁰ é frequentemente usado por turistas *backpackers*, desde que seu país de origem participe do programa, e é válido

²⁰ *Working Holiday Maker*

por 12 meses. A Austrália tem acordos de reciprocidade de vistos WHM com diversos países, incluindo o Reino Unido, Irlanda, Holanda, Canadá, Alemanha, Malta, Japão, Coreia, Suécia, Dinamarca, Noruega, Finlândia, França, Itália e Bélgica. Este visto está disponível para pessoas com idade entre 18 - 30 e lhes permitem completar os seus fundos através do trabalho informal. A maioria dos vistos são emitidos para os cidadãos do Reino Unido.

- Viajante livre e independente (FIT)²¹ - Este segmento inclui uma ampla gama de idades e casais. Inclui as pessoas que optam por viajar como mochileiros. Eles podem ter uma renda maior e interesses diferentes dos mochileiros em média.
- Doméstico - O mercado interno australiano já possui importante mercado de alojamento para os mochileiros. Espera-se que com o crescimento os australianos se tornam ainda mais conscientes das opções disponíveis para os viajantes de baixo orçamento.
- Asiático - Embora o setor da Ásia seja atualmente pequeno, ele tem grande potencial de crescimento.
- Estudantes - Os jovens que vêm estudar na Austrália oferecem boas oportunidades para estadias curtas.

Em relação as vendas de serviços voltados para as necessidades *backpacker*, observa-se que na Austrália a imagem do turismo *backpacker* está associada, de certa forma a um viajante acolhedor, jovem, divertido, dinâmico, seguro, que fala inglês e gosta de destinos de aventura.

No que se refere aos meios hospedagem preferidos, Boa (2010) reitera que o crescimento do mercado *backpacker* criou uma procura de alojamento econômicos, com padrão razoável, seguro e limpos. Dessa maneira, o meio de hospedagem é definido como propriedades que oferecem a um baixo custo, uma série de possibilidades para dormir, incluindo dormitórios com instalações coletivas ou mesmo privativas com ênfase na interação dos hóspedes.

Com orçamento limitado, os viajantes *backpackers* normalmente procuram meios de hospedagem localizados em regiões centrais das cidades e nesse sentido destaca-se o *Bad and Breakfast*, que também pode estar nas proximidades de locais

²¹ *Free Independent Traveller* (FIT).

onde haja atrações.

Conforme relatos obtidos durante a entrevista no Sampa Hostel, onde parte dos hóspedes optam por esse *hostel* devido a oferta de atrações na região da Vila Madalena. Por outro lado, os turistas *backpackers* podem ser atraídos também pela oportunidade de se hospedar em regiões remotas e locais pitorescos que oferecem uma experiência turística alternativa.

Segundo Boa (2010), nos últimos 15 anos houve um considerável crescimento e desenvolvimento de *hostels* que acabaram se tornando associados à grandes redes de hospedagem, como por exemplo a *Hostelling International* ou mesmo de albergues independentes. Ao considerar o desenvolvimento dos *hostels* como meio de hospedagem para os turistas *backpackers*, destaca-se oportuno realizar uma análise de mercado, incluindo as seguintes questões:

- Quem irá se hospedar?
- O que vai atrair para a região?
- Como eles irão chegar lá?
- O que eles irão fazer quando chegarem lá?
- Eles virão em número suficiente para o negócio seja sustentável?

Albergues potenciais precisam ser orientados para o mercado, ou seja, satisfazer as necessidades quantificáveis. Quando o investidor quer converter uma propriedade existente ou uma construção de uma pousada, vários são os pontos que deverão ser avaliados.

Embora alguns conselhos de Sydney tenham desenvolvido regulamentação específica para os *hostels*, nem todos os conselhos locais estão familiarizados com este estilo de meio de hospedagem. As normas são constantemente questionadas e devem ser adicionadas ao custo de desenvolvimento, bem como às questões pertinentes ao corpo de bombeiros, onde, seria interessante caso haja possibilidade a inclusão de urbanista, arquiteto, engenheiro, etc.

Em relação ao transporte, ressalva-se que as grandes distâncias que separam as regiões da Austrália faz-se necessário ter um transporte acessível, abrangente e com redes públicas. Os operadores de transporte devem contemplar as necessidades dos turistas *backpackers*, oferecendo flexibilidade, preços e itinerários competitivos

com tarifas adaptadas.

O desenvolvimento do turismo *backpacker* em Nova Gales do Sul tem sido dificultada pela falta de transportes públicos de qualidade e a facilidade com que as pessoas podem viajar para países vizinhos ou pelo acesso barato para passagens interestaduais.

No que se refere ao benefícios para a Comunidade, a Associação de Operadores de Turismo *Backpacker* de Nova Gales do Sul, entende que os turistas *backpackers* gastam de forma substancial e geram empregos para os australianos, porque, de uma maneira geral, eles têm tempo disponível e muitas vezes escolhem o próprio transporte e dessa maneira tendem a optar por viajar por áreas regionais, onde espalham seus fundos mais amplamente do que outros turistas, dessa maneira, suas despesas têm um impacto significativo sobre as empresas envolvidas no transporte, alimentação, varejo, gasolina, hospedagem e passeios. Desta forma, é um benefício para todas as empresas que se relacionam com o turismo *backpacker* assegurar que a comunidade local possua conhecimento do valor deste tipo de turismo e o apóie esse modelo de turismo.

Sob o ponto de vista de segurança, o serviço de polícia do Estado de Nova Gales do Sul, faz rastreamento de turistas desaparecidos e trabalha para recuperar bens roubados dos turistas e além disso, as operadoras de turismo que oferecem atividades de aventura com um algum elemento de risco, são obrigadas a adaptar práticas seguras e têm o dever de implementar precauções de segurança adequadas.

Para se manterem competitivas, faz-se necessário que tais operadoras de turismo apliquem consistentemente as normas e revejam regularmente estas normas para a excelência dos serviços. Os operadores devem garantir que os turistas *backpackers* sejam plenamente informados das suas obrigações legais e regulamentares em termos de oferta de produtos e serviços e as alegações feitas em promoção de materiais de comunicação e produtos turísticos são reforçadas no que tange a qualidade dos serviços.

Dessa maneira, para que haja eficiência nos serviços, há uma série de cursos de formação e organizações que podem ajudar os membros da indústria à satisfazer suas necessidades de formação. Esses cursos podem ser de curta ou longa duração e são oferecidos por prestadores de serviços privados ou mesmo cursos profissionalizantes e de graduação oferecidos pelo governo Australiano.

Por outro lado, a não utilização de todas as oportunidades de negócios decorrentes de turismo *backpacker* pode ser o resultado da falta de cooperação e comunicação entre operadores de turismo e um mal-entendido em relação à barreira logística que um viajante pode enfrentar no acesso a uma área australiana.

Compreender os padrões de movimento dos turistas *backpackers* em sua área, ou seja, de onde vêm, como eles estão viajando, onde estão se hospedando, o que eles querem fazer durante a sua estadia e para onde estão indo. Dessa maneira, é também importante perceber que uma proporção substancial de turistas *backpackers* não confirmam a sua pré-reserva ou compra de produtos antes de chegar à Austrália.

Outro fator importante sugerido por Boa (2010) é que uma localização ideal não é realmente o suficiente para se obter o sucesso, uma vez que todas as atrações e atividades de interesses reais podem estar em uma área circundante e devem ser identificados. Dessa maneira essas atrações e atividades devem ser primeiramente experimentadas pelos operadores e, em seguida promovido como um pacote. O negócio pode ser melhorado através de um trabalho em estreita colaboração com outros operadores turísticos locais e/ou governo e organismos para desenvolver um pacote turístico completo destacando a seleção do local de alojamento, atrações ou atividades e preços.

No entanto, para melhorar as perspectivas de sucesso, o conteúdo de tais “embalagens” deve ser relevantes e devem apelar para os interesses identificados deste mercado, especialmente os tipos e padrões de qualidade e experiências oferecidas. Dessa maneira, os preços dos pacotes devem ser fixados a um nível aceitável e mantidos por pelo menos por um período de doze meses. As reservas internacionais devem ser cobradas com o mesmo valor, ou possivelmente até mesmo um mais barato, ou seja, deve aplicar uma taxa de desconto usando este como um incentivo a uma reserva de pré-viagem.

Iniciativas de marketing cooperativo não só aumentam as experiências dos turistas, mas proporcionam economias de custos de escala em termos de marketing e promoção para todos os operadores envolvidos, como por exemplo, os operadores mochileiros trabalham cooperativamente com outros estabelecimentos de turismo, criando assim uma sinergia entre os mesmos.

Outra questão muito popular entre os turistas *backpackers* é a utilização do “boca-a-boca” e nesse sentido esse pode ser um bom método para determinar e

investigar os desejos e necessidades dos turistas *backpackers*, além disso, esse meio pode ser um ótimo canal promocional. O turismo *backpacker* é diferente dos outros setores do turismo de massa e muitas vezes o dinheiro pode ser gasto melhor informalmente através de métodos não tradicionais de promoção.

Boa (2010) sugere que muitas empresas não sobrevivem no mercado pelo fato delas não conseguirem compreender plenamente os negócios pertinentes ao turismo *backpacker* ou porque o seu marketing não tem sido devidamente orientado ou sustentado por um período suficientemente longo.

Nesse sentido, algumas ferramentas podem potencializar os negócios destinados a cadeia de serviços, dentre elas, como dito anteriormente o “boca-a-boca”, pois, os turistas *backpackers* raramente definem seu itinerário antes da chegada, onde as opções de viagens são freqüentemente comentadas e definidas após uma sequência de discussões feitas com colegas, levando em consideração o melhor alojamento e melhores opções de transporte. Outra ferramenta que pode ser utilizada são os guias de viagem, que podem ser considerados acessórios essenciais, antes e durante o período de férias dos mochileiros, uma vez que os turistas *backpackers* normalmente têm pelo menos um ou dois livros ou mesmo títulos mais populares produzidos pelo *Lonely Planet*, *Rough Guides*, *Let's GO*, dentre outros.

Destaca-se que há cada vez mais um número crescente de mochileiros produzindo localmente publicações, que são essencialmente “livres”, distribuídos através de albergues, aeroportos, estações de ônibus etc. e que esses mochileiros escritores muitas vezes dependem dessa publicidade para os gerar seus rendimentos. Uma ferramenta cada vez mais popular são as brochuras, que são relativamente baratos para serem produzidos e suscetíveis de serem aceites por mochileiros e utilizado por agências de viagens. Ressalva-se a importância de se incluir mapas, sempre que necessário e fazer uso de imagens que abrangem as pessoas, a natureza, o meio ambiente, atividades de ação, atrações, vida social, cultural, natural e vida selvagem.

No que se refere às Associações de Turismo Regional (RTO), Boa (2010) reitera as associações podem contribuir significativamente para a informação e divulgação através da coordenação local e regional, podendo realizar promoções, bem como ajudando com o desenvolvimento do produto local e que os centros de informações do visitante podem ser valiosas fontes de conhecimento local e

importantes pontos de venda.

Por outro lado, acessar os recursos de comunicação da internet tornou-se um meio poderoso para promoção internacional, dado que os turistas mochileiros são geralmente bem instruídos e familiarizados com as mais recentes tecnologias. A Internet pode ser particularmente eficaz para atingir esse mercado, pois, há oportunidades de negócios e operações listados no site de turismo da Austrália e no site do Estado de Nova Gales do Sul.

Nesse sentido, algumas empresas poderão se beneficiar se entenderem que ser grande não é necessariamente melhor e essa informação pode ser evidenciada através dos sites. Pensando assim, só se deve investir em um site a partir do momento que o empreendedor esteja preparado para comercializá-lo adequadamente.

Boa (2010) ressalva que para os empreendedores, é importante familiarizar-se com as características do turismo voltado para o segmento do turismo *backpacker*, seus padrões de viagem, seus desejos e necessidades, compreender os mercados em crescimento, definir seus mercados-alvo e incorporar estes mercados em suas promoções com o objetivo de consolidar a imagem da Austrália como um destino seguro. Dessa maneira, torna-se sinérgico trabalhar com operadores de turismo, incluindo serviços de transporte que operam em sua área, uma vez que é importante considerar a criação de um pacote global no sentido de melhorar as atrações e reduzir a os custos de promoção.

Torna-se evidente o largo caminho que o Brasil precisa percorrer para se obter êxito no que se refere ao turismo *backpacker*, uma vez que o Brasil possui alguns elementos que não lhe favorece, tais como: longa distância dos países emissores, imagem de violência, a questão do idioma, falta de políticas destinadas a pacotes turísticos, sistema interno de operadores que trabalhem em conjunto e não como concorrentes, etc.

Por outro lado, a Austrália também não está próxima aos maiores emissores de turistas *backpackers*, porém desde 1992 o país vem criando políticas públicas e pesquisas destinadas a esse segmento. A (BOA) Associação de Operadores de Turismo *Backpacker* tem papel fundamental nesse processo, uma vez que o processo é realizado de maneira participativa e com vistas à longo prazo.

Aoqui (2005) contribui ainda com informações acerca das intervenções que os *hostels* podem gerar em relação ao entorno, ou seja, nas proximidades dos seus

espaços físicos, onde:

Outro fator positivo é que a presença de *backpackers* em algumas cidades tem atuado como estímulo para o redesenho urbano localizado, especialmente em bairros como os “red light districts” (em geral, ligados à prostituição e ao tráfico e consumo de drogas). Como esses distritos normalmente oferecem diárias baratas e são centralmente localizados, tornam-se atrativos para empreendedores. Em Melbourne, velhas pousadas, hotéis e palácios originalmente desenhados sem suítes, foram convertidos sem muito custo para atender ao estilo de acomodação dos mochileiros. Assim que eles chegaram, trouxeram atividade econômica e ajudaram a estimular o processo de rejuvenescimento urbano. (Aoqui, 2005, p.115)

Com base no que foi descrito no capítulo anterior e nas entrevistas com Rui José de Oliveira e Maria José Giaretta, pode-se localizar alguns fatores identificáveis ao turismo *backpacker* no Brasil, tais como:

- O termo Albergue, Albergue da Juventude e *Hostel*, ainda gera ruídos e mal entendidos no que tange a sua denominação e o termo a ser utilizada daqui por diante passa a ser *hostel* e não albergue ou Albergue da Juventude, seguindo assim, a terminologia mundialmente conhecida para esse meio de hospedagem.
- *Backpacker* é a denominação para o viajante independente que viaja por longos períodos, de maneira flexível e independente e que geralmente optam por meios de hospedagem e transportes econômicos e que buscam interações com outros turistas e residentes.
- Boa parte dos turistas *backpackers* brasileiros não viajam no Brasil como turistas *backpackers* ou quando viajam, geralmente, é após ter tido alguma experiência no exterior e isso se reflete pela falta de políticas públicas e por haver um “preconceito” em relação a esse segmento no Brasil.
- A internet e as redes sociais são de extrema importância para o turismo *backpacker*, pois, trata-se de um canal de comunicação entre os meios de hospedagens e turistas, com possibilidades de *feedback* e reservas on-line.
- O único momento em que houve política pública no Brasil voltada para os *hostels* foi no ano de 1980 no Governo do Sarney e com o Sr. João Doria Jr. como presidente da Federação de Albergues da Juventude.

Retomando o modelo australiano, observa-se que os números apurados em relação ao turismo *backpacker* na Austrália no ano de 2009 e o papel fundamental da

Associação de Operadores de Turismo *Backpacker* do Estado de Nova Gales do Sul, demonstram o êxito da Austrália no segmento, onde, ressalta-se que ainda há muito o que se fazer, porém, os esforços implementados foram de grande valia e isso se reflete nos resultados positivos e crescentes desse segmento naquele país.

Em relação ao Brasil espera-se um reconhecimento por parte do poder público ao turismo *backpacker* com vias de ampliar a oferta dos meios de hospedagem, categorizar o segmento e implementar políticas favoráveis ao turismo independente, levando em consideração toda a cadeia de produtos e serviços utilizados por esse segmento.

2 - A REDE *HI HOSTEL* BRASIL

Esse capítulo apresenta um panorama da rede *Hi Hostel* Brasil, bem como os dados quantitativos levantados juntos a APAJ-SP (Associação Paulista de Albergues da Juventude), tendo como base o ano de 2009, onde é possível fazer um diagnóstico dos turistas *backpackers* que se hospedaram nos *hostels* da rede *Hi Hostel* em todo o território brasileiro. Embora a pesquisa apresente os dados a nível nacional, o foco desse estudo está direcionado à cidade de São Paulo e em especial o Praça da Árvore *Hostel*, Sampa *Hostel* e São Paulo *Hostel*.

2.1 – Histórico da Rede *Hi Hostel*

A figura 04, representa o logo da *Hostelling International*, que atualmente é a maior rede mundial destinada a hotelaria econômica, com representatividade em diversos países e reconhecida pela UNESCO.

Figura 05



Fonte: FEBAJ (2010)

A estrutura da rede *Hi Hostel* Brasil está dimensionada através da sua sede no Rio de Janeiro, conhecida como FBAJ (Federação Brasileira dos Albergues da Juventude), entidade que representa o Brasil junto a *Hostelling Interational* e suas associações estaduais, distribuídas por diversos estados da federação brasileira, onde no estado de São Paulo sua representação está a cargo da APAJ-SP (Associação Paulista dos Albergues da Juventude).

Os Albergues da Juventude formam a maior rede de hospedagem econômica existente no mundo. Sua criação deu-se em 1909, através do educador alemão Richard Schirmann, que ministrava aulas extra-classe, e um dia foi surpreendido por uma tempestade, e precisou refugiar-se ao longo da estrada. Com este episódio surgiu a idéia de se criar o primeiro Albergue da Juventude.



Figura 06 – Prof. Richard Schirmman

Fonte: Google imagens

Segundo a FBAJ (2010) em 1909, foi construído o primeiro Albergue da Juventude em Altena, Alemanha, albergue este que funciona até hoje, no mesmo local. No Brasil o movimento chegou na década de 70 como uma iniciativa isolada de um casal de educadores, que conheceram o movimento na Europa. Em 1984, a Secretaria de Esportes e Turismo do Estado de São Paulo resolveu desenvolver tal iniciativa no estado, abrindo Albergues da Juventude e criando a Associação Estadual.

Em 1987, através do Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR, os Albergues da Juventude tomaram impulso e força e começaram a ser implantados em todo país e nos principais núcleos turísticos do Brasil.

Na administração seguinte o projeto deixou de ser prioritário à EMBRATUR, quando a FBAJ passou a exercer papel de responsável pelo desenvolvimento do alberguismo no país. Do período de criação até os dias atuais, o movimento cresceu, se profissionalizou, embora tenha ainda um longo caminho a percorrer.

Segundo Giaretta (2010) um dos pontos a ser destacados refere-se:

(...) Na década de 70, o albergue tem toda uma incorporação da natureza nos primeiros movimentos de eco-turismo e de sustentabilidade aqui no Brasil, por exemplo, na década de 80 é quando a gente tem de fato um crescimento que é reconhecido pelo Governo Federal através da EMBRATUR da época, graças ao crédito do João Dória Junior que era presidente da EMBRATUR na época e que era o órgão máximo do turismo brasileiro e é o período em que o movimento chega a todos os Estados brasileiros.²²

De acordo com informações disponibilizadas pela FBAJ (2010), o Brasil possui cerca de setenta mil sócios ativos e as principais associações do país possuem sistema de reserva nacional e internacional e comunicação direta junto aos seus sócios. Existem atualmente no Brasil, aproximadamente oitenta e seis Albergues da Juventude distribuídos por diversas regiões e nos principais pontos turísticos do país, onde a maior parte da rede pertence a iniciativa privada.

A maioria dos Albergues da Juventude existentes no Brasil são filiados e credenciados pela FBAJ – Federação Brasileira de Albergues da Juventude – que, por sua vez, é filiada à IYHF - Federação Internacional de Albergues da Juventude detentora da marca HOSTELLING INTERNATIONAL, entidade internacional responsável pelo bom andamento da iniciativa no mundo inteiro, porém, ressalva-se que há um número significativo de albergues não credenciados a rede e que atua de forma independente. No mercado, esses meios de hospedagem não credenciados são conhecidos como “piratas”. Porém, outras redes de *hostels*, como por exemplo a Che Lagarto Hostel, que num primeiro momento atuava apenas em países do América do Sul de língua espanhola, começa a atuar no Brasil, com filiais nas cidade de Salvador, Búzios, Ilha Grande, Paraty e Rio de Janeiro.

Os *hostels* da rede *Hi Hostel* Brasil são inspecionados anualmente pela FBAJ, para que se verifique o nível de qualidade do estabelecimento e caso as normas não sejam cumpridas, os mesmos são automaticamente descredenciados, caso não tomem

²² Dados obtidos durante a entrevista.

as medidas necessárias dentro do prazo estabelecido.

Oliveira (2010) contribui em relação qualidade dos *hostel*, afirmando que:

(...) Os albergues aqui são muito diversificados, onde há albergues excelentes e há albergues que não são tão bons assim do jeito que a gente gostaria, mas, mesmo assim, os turistas internacionais acabam avaliando os albergues de uma forma positiva, então, nas duas pesquisas isso aparece, mas, se a gente pensar no turismo nacional, nós temos alguns problemas aí, que o brasileiro ainda não tem essa cultura de ficar em albergue.²³

Existem atualmente, aproximadamente 4.500 *hostels* espalhados pelo mundo filiados a *Hostelling International*, de acordo com informações da FBAJ (2010). O clima de um *hostel* tende a ser sempre descontraído, seguro e propício para novas amizades. Os *hostels* geralmente têm preços acessíveis, mas estes dependerão do custo de vida do país onde se aloje, assim como da qualidade das instalações e serviços oferecidos.

No que tange o valor da diária, a média atual mundial dos *hostels* filiados a *Hostelling International*, custa entre US\$ 7,00 a US\$ 39,00 dependendo da economia do país, classificação e localização. Para que se possa ter um parâmetro, um dos *hostels* de Atenas na Grécia pratica diárias que custam US\$ 7,00 e um outro de Londres que é o mais caro do mundo em função da moeda, pode custar US\$ 39,00. No Brasil a diária média custa entre US\$ 9,00 e US\$ 20,00.

Segundo a própria FBAJ (2010) no que tange ao movimento alberguista, observa-se que:

“Para fazer parte do Movimento Alberguista não é preciso ser estudante, nem há limite de idade e não existe carência para a utilização da carteira de Alberguista. Por isso, todas as pessoas, independentes de profissão, credo ou estado civil, podem desfrutar das vantagens desta alternativa de hospedagem, associando-se ao movimento internacional, através da Associação de seu estado ou de representante devidamente credenciado”. (FBAJ, 2010)

Oliveira (2010) reitera a respeito do perfil do turista *backpacker*:

A característica principal é que eles são jovens no estilo deles, com pensamento jovem e não só na idade, então, a médias das minhas duas pesquisas deu 28 anos e dados da Austrália mostram que são mais ou menos parecidos, então, se a gente tá falando que a média é 28 anos, isso quer dizer que tem gente de 20 e que tem gente de 40 e de 50 anos. Eu já entrevistei um

²³ Dados obtidos durante a entrevista.

australiano de 80 anos, que estava fazendo uma viagem sozinho ao redor do mundo e era uma prática, porque ele era aposentado e sempre estava viajando por ae. Esse não é um caso isolado, pois, a gente encontra pessoas de 50 e 60 anos que estão fazendo isso.²⁴

Dessa maneira, observa-se que a maior parte dos turistas *backpackers* que se hospedam em *hostels*, são constituídos por viajantes que levam em consideração a questão econômica, porém, a filosofia acerca desse movimento contribui de maneira significativa no momento da escolha do meio de hospedagem.

2.2 – Conceito *backpacker*

O conceito alberguista propõe a busca de uma relação harmoniosa do ser humano consigo mesmo, com o outro e com a comunidade.

Segundo a FBAJ (2010), a prática da filosofia alberguista se realiza nos espaços físicos dos *hostels*, onde:

Os alberguistas de diferentes partes do país e do mundo terão a oportunidade de conviver e praticar os princípios da filosofia que é: desenvolver o espírito comunitário; solidariedade, ausência de preconceitos e discriminação de raça, nacionalidade, cor, religião, classe social, política e respeito com o meio ambiente. A filosofia deve ser transmitida por todas as pessoas envolvidas nos Albergue da Juventude, com equilíbrio, justiça e amabilidade, proporcionando uma orientação básica à comunidade em questão. (FEBAJ, 2010)

Sendo assim, todos os *hostels* devem oferecer cozinha comunitária, propiciando a prática da comensalidade aos turistas *backpackers*, e dessa maneira esse local torna-se um espaço democrático e de troca de informações sobre roteiros, preços, dicas etc., uma vez que durante a alimentação em grupo existem várias simbologias que favorecem a sinergia entre as pessoas.

Outro local que os *hostels* tendem a privilegiar é a área comum, onde os turistas ficam à vontade e aproveitam para fazer novas amizades, assistir televisão, ler, ou mesmo praticar algum esporte.

Oliveira (2010) chama a atenção no que diz respeito ao espaço físico dos *hostels* e colabora afirmando que:

(...) A pesquisa mostra que a maioria dos turistas *backpackers* estão viajando individualmente, então no

²⁴ Dados obtidos durante a entrevista.

albergue é o momento de se encontrar e fazer novas amizades. Além disso, as outras pessoas tem informações acerca dos outros lugares que eles querem conhecer, então o *hostel* é planejado para oferecer esse convívio e lá tem uma sala de convivência, uma cozinha comunitária, quarto coletivos.²⁵

Um questão importante a ser destacada é que em 1 de abril de 2003 foi firmado um "*Memorandum*" entre a UNESCO e a *Hostelling International*, tornando os *hostels* - Albergues da Juventude "CENTROS DE CULTURA DE PAZ. Dessa maneira, esse "*Memorandum*" representa o reconhecimento do quanto a *Hostelling International* vem contribuindo na formação do ser humano como uma organização mundial com passado, presente e futuro e comprometida com valores, premissas e fundamentos.

Vale ressaltar que no ano passado, ou seja, 2009 a *Hostelling International* comemorou 100 anos de existência, com diversas comemorações em todo o mundo. No dia 21 de Setembro é comemorado no mundo inteiro o Dia da Paz da *Hostelling International*.

Nesse sentido, de acordo com FBAJ (2010), a melhor definição para Albergues da Juventude pode ser assim entendida:

É um meio de hospedagem econômico, franqueado da marca mundial, *Hostelling International*, que tem como objetivo favorecer viagens de baixo custo, oferecendo padrões mínimos de qualidade a todos os participantes do sistema mundial. (FBAJ, 2010)

A Federação Brasileira de Albergues da Juventude do Brasil tem uma missão muito clara e permeada de fatores que contemplam sua personalidade, conforme artigo 2 do Estatuto da Federação Internacional de Albergues:

“Fomentar a educação de todos os jovens de todas as nações, especialmente os de recursos limitados, estimulando neles um maior conhecimento, afeto e cuidado com a natureza, assim como um conhecimento dos valores culturais das cidades, tanto grandes como pequenas, de todas partes do mundo, e, como meio para alcançá-lo, oferecer albergues ou outra classe de alojamento nos quais não existam distinções de raça, nacionalidade, cor, religião, sexo, classe social nem opiniões políticas, para que possam chegar assim a compreender melhor os seus semelhantes, tanto em seu próprio país, como no estrangeiro.”²⁶

²⁵ Dados obtidos durante a entrevista.

²⁶ Missão da FBAJ 2010.

Criados com o princípio de ajudar os jovens de limitados recursos econômicos a desfrutar da natureza e das cidades do mundo, os albergues se encontram hoje em dia no coração do turismo internacional para uma ampla faixa etária. A contribuição anual dos alberguistas no ingresso do setor turístico mundial já chegou a alcançar 1,4 bilhões de dólares, segundo dados da FBAJ (2010).

Desde 1909, o ano em que os albergues nasceram das excursões do professor alemão Richard Schirrmann com seus alunos, o alberguismo já se converteu em uma das maiores organizações associativas para a juventude do mundo, com um número de membros superior a 3 milhões, e uma filosofia mais válida hoje que do que nunca.

Segundo a FBAJ (2010), a *Hostelling International* gera aproximadamente 35 milhões de pernoites anuais em seus mais de 4.000 albergues espalhados por mais de 60 países. Nesse sentido, a internet veio facilitar a utilização desses serviços.

No que tange a utilização da internet por parte da *Hi Hostel* Brasil, Giaretta (2010) contribui:

Em 1990 a gente tem vários pontos bem factuais de história, primeiro em 1992 a gente tem a entrada da internet, que tem uma relação fortíssima com a juventude que é falar ao Twitter, facebook, Orkut, e em todas as redes sociais e isso vem ajudar bastante o movimento alberguista, porque, até então, as reservas eram feitas assim: o sócio escrevia um cartão postal para o albergue para onde ele iria, postava e ele ficava esperando a resposta. Imagina quanto tempo de antecedência para se fazer isso. A internet foi a oitava maravilha do mundo para os albergues da juventude, no entanto, em 1992 junto com a internet é criado um sistema mundial de reservas chamado: IBN, que nem tem mais porque a internet entrou naquele ano e ele era um sistema próprio da Federação Internacional que era o Internet Booking Network, que era uma rede mundial de reserva, aonde você iria nas associações e fazia a sua reserva e saía daqui com o voucher impresso, com endereço, com o nome, quanto custa, se já foi pago ou se já não foi pago.²⁷

As contribuições da internet ao turismo são relatadas por Kosaka (2009), onde:

Com a Internet, viabilizando o alcance direto e a comunicação bidirecional, o cliente pode planejar e programar a sua viagem para qualquer lugar do mundo sem sair de casa. Pode realizar reservas de passagens aéreas, passeios, atividades, hotéis, alugar veículos, comparar preços e serviços e até mesmo efetuar o pagamento. Do ponto de vista de informações sobre o destino, ele pode verificar condições do tempo, cotações de moedas, aprender sobre a história, geografia e cultura do local

²⁷ Dados obtidos durante a entrevista.

de destino e verificar a documentação requerida, ou seja, praticamente tudo que é necessário para uma viagem.(KOSAKA, 2009, p.42).

O entorno econômico, social e político que marca o alberguismo mudou completamente durante este último século. O movimento saiu do seu núcleo original europeu para abarcar vários países e na busca da satisfação e expectativas dos jovens de hoje, que dispõem de mais dinheiro e tempo livre, e desfrutam de mais mobilidade do que nunca.

Segundo FBAJ (2010) a rede de albergues permite aos jovens de diferentes nacionalidades, culturas e condições sociais, encontrar-se em um ambiente informal, intercambiar experiências, aprender a conhecer a si mesmos e aos demais, e descobrir o lugar onde se encontram. Os albergues fomentam uma autêntica tomada de consciência dos temas da atualidade em escala internacional.

Kosaka (2010, p. 24) sugere que pela característica de suas viagens, os viajantes independentes tendem a respeitar mais o estilo de vida local, ao passo que costumam ter maior contato com a realidade local e costumam se preocupar mais com a sustentabilidade de sua viagem e dos destinos visitados. Porém, diversos autores, entre eles Krippendorf (2001) apontam que os viajantes independentes não podem ser considerados como melhores ou mais responsáveis do que os turistas convencionais ou turistas de massa como demonstra o trecho abaixo:

[...] É assim que, sem querer, os turistas alternativos fazem o papel de batedores desse turismo de massa, do qual justamente tentam escapar. Eles põem em ação novos mecanismos de mercado, justamente quando um grande número deles, sobretudo jovens, são inimigos declarados da nossa ideologia de consumo. Mas, eles próprios tornaram-se um mercado! A produção de guias de viagens alternativas que encontram sempre novas — informações a distribuir em 10.000 exemplares, é um dos aspectos dessa realidade. Outro aspecto são os equipamentos dispendiosos, o saco de dormir em especial, a máquina fotográfica. Diga-se de passagem que até os convictos pela aventura acham muito normal o uso de algumas comodidades induzidas pelo turismo de massa que abominam: os vôos a preços baixos, os aeroportos, os centros de informações turísticas, por exemplo. (KRIPPENDORF, 2001)

O movimento *backpacker* também exerce um papel fundamental, se bem desempenhado, no desenvolvimento dos jovens, na sua qualidade de futuros empregados no mercado mundial de trabalho. O entorno dos albergues promove a consciência social e coloca de manifesto a importância da cidadania para a

convivência. Por outro lado, ajuda a desenvolver o sentido da autodisciplina que se consegue vivendo diferentes situações, vendo-se obrigado a tomar decisões por si só, e aprendendo com as conseqüências.

De acordo com FBAJ (2010), a *Hostelling International* se esforça por fomentar a expansão e a eficiência das Associações de Albergues da Juventude de todo o mundo, tendo como premissa estender a rede de albergues a novas localidades, instituindo os mesmos métodos de trabalho e altos níveis de qualidade em todos os lugares, e impulsionar o ideal alberguista mediante promoções e colaborações a nível internacional.

Para compor o equilíbrio orçamentário dos diversos *hostels* espalhados pelo mundo, as receitas geradas pelas atividades são revertidas em sua totalidade e, dessa forma, os *hostels* mais rentáveis ajudam a sustentar aqueles situados lugares mais remotos, os quais, se não fosse com essa ajuda, possivelmente não seriam viáveis economicamente. As receitas de exploração servem também para financiar programas de índole tanto física como intelectual, assim como para aumentar a consciência ambiental entre os usuários dos *hostels* em geral.

Oliveira (2010) relata que administrar um *hostel* pode ser mais complexo que um hotel, uma vez que o *hostel* proporciona maior interação entre os colaboradores e os turistas. O pesquisador ainda ressalta que:

(...) eles querem de fato é um local para se hospedar, mas, pensando que eles não irão ficar no hotel, o destino dele não é como se fosse um resort, eu vai ficar num resort, não quero nem sair, quero ficar lá, muito pelo contrario, eles estão querendo um local onde eles possam ter o seu pernoite, onde eles possam tomar seu banho, guardar suas coisas com segurança, conforto e qualidade, mas eles não querem gastar muito dinheiro com essa atividade, porque eles preferem pegar esse dinheiro e gastar em outras atividades, como conhecer outros lugares, participar de passeios, etc. Então, o que eles buscam são meios de hospedagens econômicos, dentre eles, um dos mais utilizados são os hostels, os albergues da juventude, porque há outras características dentro dos hostels, como a questão da convivência, então essas pessoas, a pesquisa mostra que mais que a maioria delas estão viajando individualmente, então no albergue é o momento de se encontrar e fazer novas amizades, então, e além disso as outras pessoas tem informações acerca dos outros lugares que eles querem conhecer, então o hostel é planejado para oferecer esse convívio e lá tem uma sala de convivência, uma cozinha comunitária, quarto coletivos, então tem toda essa questão.²⁸

²⁸ Dados obtidos durante a entrevista.

Assim, cabe aos proprietários dos *hostels* treinar e qualificar seus colaboradores, no sentido de compreender que cada hóspede pode ter necessidades diferentes, uma vez que a hospitalidade muitas vezes pode ser mal interpretada, onde, uma atitude pode ter representações afirmativas ou equivocadas.

2.3 Principais aspectos da administração *Hi Hostel*.

De acordo com o site da Federação dos Albergues da Juventude, a *Hostelling International* busca colaborar com governos e organizações beneficentes de todos os países para abrir as portas do mundo ao turismo, fomentando a educação em seu sentido mais amplo.

A FBAJ (2010) relata que as contribuições de diversos setores da sociedade são fundamentais na busca do êxito, onde:

As exigências da vida moderna submetem os jovens a um número sempre crescente de pressões de todo tipo. A luta da IYHF para alcançar suas metas nunca foi mais importante nem pertinente que hoje e nunca houve um momento mais oportuno para esforçar-se em vencer. Graças a sua estrutura e filosofia únicas, e graças também ao respaldo de seus sócios comerciais, dos diversos governos e dos próprios jovens, a IYHF se encontra em uma situação ideal para alcançar esse fim e manter as portas do mundo abertas à juventude. (FBAJ, 2010)

A Federação se esforça por fomentar entre suas Associações, a consciência meio-ambiental e procura unir métodos de trabalho dentro do contexto ecológico, para que o movimento dos Albergues da Juventude desempenhem o papel que lhes corresponde na conservação do meio-ambiente. A fim de que possa realizar esse objetivo, a Federação estabeleceu suas metas baseado nos sete princípios seguintes:

No que se refere à administração dos *hostels*, a FBAJ (2010) reitera que os principais pontos a serem destacados no aspecto das normas de meio-ambiente são:

- Conservação da Energia

As Associações controlarão periodicamente seu consumo de energia, visto que a produção de energia é a causa principal da redução dos recursos naturais, do aquecimento global, da chuva ácida e das mudanças climáticas. Se deverá fazer todo o possível para se consumir um mínimo de energia. A IYHF se esforçará para utilizar

fontes renováveis de energia e, sempre que possível, apoiará a realização de projetos tendentes a este fim.

- Reciclagem

As Associações se comprometerão a usar, sempre que as circunstâncias econômicas lhes permitirem, produtos total ou parcialmente reciclados. A separação de desperdícios tais como papel, plástico, pilhas, garrafas e latas, demonstra aos jovens e demais usuários dos albergues da juventude, de uma forma muito visível, nosso cuidado com a utilização dos recursos de nosso planeta. Tomar-se-ão medidas para garantir a qualidade da água, para que se desperdice o mínimo possível e para minimizar os vazamentos.

- Contaminação

As Associações adotarão meios razoáveis, entre os que se contará a ajuda das autoridades locais e outros organismos, para reduzir ao mínimo a contaminação. A eliminação de desperdícios, incluindo a cesta de lixo, deverá ser eficaz e aceitável do ponto de vista ecológico.

- Transporte

As Associações fomentarão o uso dos transportes públicos sempre que estejam disponíveis. Como alternativa, se aconselhará aos alberguistas que compartilhem seu automóvel. Todos os albergues da juventude deverão fornecer informações detalhadas sobre os transportes públicos da área. Se incentivará aos alberguistas com carro, que explorem os atrativos dos arredores empregando o transporte público, a bicicleta ou a pé. Com o fim de facilitar esse objetivo, os albergues deverão proporcionar estacionamento prolongado sempre que seja possível.

- Natureza

As Associações apoiarão a formação de reservas naturais, parques nacionais e outras zonas criadas, com o fim específico de oferecer tanto um habitat para os animais e para as plantas como um lugar para o descanso das pessoas. As associações dedicarão parte do terreno de seus albergues a "jardim selvagem".

- Educação Meio-ambiental

As Associações considerarão a criação de meios específicos para a provisão de educação meio-ambiental nos albergues da juventude que sejam aptos para tal. Os albergues podem ser lugares idôneos para a obtenção de material didático sobre o meio-ambiente.

- Consumo

As Associações, sempre que possível, deverá levar em conta os fatores ambientais na hora de realizar qualquer compra.

Sempre que for possível, deverá utilizar: papel reciclado, alimentos produzidos no local, procedentes talvez do próprio jardim do albergue, materiais para a construção apropriados que deverão incluir materiais fabricados localmente ou reciclados sempre que isso seja viável economicamente, e quantidades mínimas de produtos de limpeza químicos, a fim de proteger a saúde e garantir a higiene.

2.4 Critérios para abertura de *Hi Hostel*

A Federação Brasileira de Albergues da Juventude ou a Associação de Albergues da Juventude local deverá ser consultada através de uma carta consulta, a partir da primeira idéia de abrir um Albergue da Juventude.

Segundo Giaretta (2010) os procedimentos iniciais podem ser assim apresentados:

Ele tem que dar entrada com uma carta-consulta e a associação (ou a federação onde não há associação é a federação quem faz) vai fazer o estudo de viabilidade, um estudo de oferta e demanda para ver se não tem nenhum e se cabe um, se tem mais de um e se cabe mais de um e em seguida nós temos duas pessoas que trabalham com qualidade e que irá sair do escritório e irá até a localidade para verificar se atende, se as pessoas que estão querendo abrir tem um perfil adequado a rede, onde, é melhor a gente não ter um *hostel* do que ter um *hostel* ruim.²⁹

Segundo FBAJ (2010) a Federação ou a Associação local estão aptas a fornecer parecer quanto a viabilidade e adequação do imóvel para funcionamento como Albergue da Juventude a saber :

- Sugestões para o aproveitamento e adaptação da estrutura física do imóvel e melhorias necessárias;

²⁹ Dados obtidos durante a entrevista.

- Informações sobre documentação necessária, sistema de reserva, divulgação, etc.

Após o envio de comunicação informando da possibilidade de abertura ou não, o proprietário poderá solicitar uma visita técnica de um responsável, para análise do imóvel. A visita do inspetor responsável pela abertura é custeada pelo empreendedor (passagens aéreas, estadia e alimentação). Caso as condições sejam favoráveis e o empreendimento cumpra todas as normas e requisitos; a FBAJ enviará o documento de credenciamento, boleto para pagamento da taxa de adesão e a placa oficial “*Hostelling International*” que poderá ser fixada na entrada do Albergue da Juventude, conforme a figura abaixo:



Figura 07 – Fachada do *hostel* Bondi Beachouse em Sydney – Austrália.

Fonte: yha.com.au (2010)

Com base nos dados disponibilizados pela APAJ (2010) e que constam no manual de abertura de Albergue da Juventude, os principais itens são:

- **IMPLANTAÇÃO**

O imóvel tende estar situado em local de fácil acesso, ficando próximo a um ponto de parada de transporte coletivo, situar-se, preferencialmente em município de interesse turístico e poderá ser adaptado ou construído especificamente para uso permanente e exclusivo como Albergue da Juventude.

O Albergue da Juventude deverá oferecer, no mínimo 40 leitos, acomodação para guias acompanhantes e motoristas, quartos de família e casal.

- PRINCÍPIOS BÁSICOS DE UM ALBERGUE DA JUVENTUDE

Segundo recomendações da Federação Internacional de Albergues da Juventude, através da conferência mundial, os requisitos mínimos para um Albergue da Juventude são:

Recepção aberta 24 horas; um sistema de reserva organizado; higiene, limpeza e segurança; privacidade, conforto e preservação do meio ambiente. Dessa maneira, fica evidente que a proposta de um *hostel* da rede *hi hostel* tende a ser diferente de um hotel ou outros meios de hospedagem tradicionais, uma vez que a própria federação sugere serviços básicos.

Dessa maneira, em relação a questão da qualidade, Giaretta (2010) afirma:

(...) Então, eu acho que a qualidade na nossa rede está ligada na nossa realidade, onde a pessoa chega, ela quer ser recebida, se é um *hostel* com um portão de entrada a pessoa tem que falar outro idioma para a pessoa poder se comunicar, ele tem que entrar, ir para o quarto dele, encontrar as pessoas, enfim, encontrar aquilo que ele leu no site e isso para nós é qualidade. Acho que sofisticação é diferente de qualidade. Qualidade para nós é cumprir aquilo que a gente divulga na nossa rede.³⁰

Em relação aos aspectos construtivos, administrativos e de funcionamento, a Federação Brasileira de Albergues da Juventude disponibiliza manual para nortear tais questões. Segunda a FBAJ (2010) tais procedimentos estão assim disponibilizados:

- ESTRUTURA

A Federação Brasileira de Albergues da Juventude, como detentora da marca “Albergues da Juventude” e derivações, “*Hostelling International*” no Brasil credencia e descredencia estabelecimentos que atendam ou não as condições estipuladas.

Para melhor compreensão, o manual de abertura do *hostel*, sugere como referência um *hostel* com 40 leitos, onde sugere as seguintes características:

- mínimo 40 leitos;
- uma área mínima de **2,80m²** por leito nos dormitórios;
- 75 cm entre uma cama e outra;

³⁰ Dados obtidos durante a entrevista.

- armário com cadeado (ou chaveado) para todos os hóspedes;
- pé direito mínimo de 2,70m de altura;
- quarto de família e casal.

Giaretta (2010), relata no que se refere a questão estrutural:

(...) Existe um controle de qualidade mundial e quando está fora do padrão é dado um prazo para ele se acertar ou ele é extraído da rede. Ele tem que ter no mínimo 40 leitos e isso não se refere só a qualidade, mas também a viabilidade. Porque quando ele não é viável a qualidade também fica complicada então, tem que ter uma área mínima entre as camas, ele tem que ter quartos coletivos, mas ele tem que ofertar quarto de casal e quarto de família e para que seja também quarto individual. É que albergue de 40 leitos é complicado quarto individual. Ele tem que ter uma recepção que funciona e se for um local internacional que a recepção tenha gente dominando outros idiomas e que ele tenha preferencialmente uma cozinha que os hóspedes possam usar e porque muitos hóspedes procuram a rede porque ele sabe que lá ele tem uma cozinha que ele pode usar e fazer sua alimentação, tendo assim, um barateamento da viagem, assim como a lavanderia, então esses são os pontos mínimos.³¹

- ASPECTOS CONSTRUTIVOS E DE FUNCIONAMENTO

Hall de Entrada e Recepção



Figura 08 – Recepção do *hostel* Bondi Beachhouse em Sydney – Austrália.

Fonte: yha.com.au

Em relação ao Hall de entrada e recepção, faz-se necessário levar em consideração tais aspectos a saber:

³¹ Dados obtidos durante a entrevista.

- Tende a ser central com acesso direto do exterior, ter mobiliário reduzido, facilitando o ingresso e trânsito dos usuários;
- Tende a ter mural contendo informações da região como: quadro dos meios de transportes com horários e mapas da cidade.

A recepção, de certa forma é o coração do Albergue da Juventude, talvez o principal espaço de convivência entre os usuários e aqueles que trabalham no empreendimento. Se possível, deverá ser espaçosa, ter um ambiente convidativo, ser prática, contendo tudo o que o alberguista poderá solicitar, como: roupa de cama e banho, cartões de telefone, guias de informações turísticas, guias de Albergues da Juventude Nacional e Internacional e loja de conveniência. A recepção deve apresentar uma atmosfera adequada ao público. Deve ter um funcionário, identificado como recepcionista, trajando roupas adequadas, pronto para servir, preferencialmente dominando a língua inglesa.

A recepção poderá dispor de sinalização na entrada, funcionar 24 horas e estar apta a prestar orientação e informação sobre a cidade. Caso o Albergue da Juventude não tenha recepção aberta 24 horas, deverá ser criado um sistema, que facilite a entrada dos sócios no período noturno.

A recepção poderá orientar sobre horário de funcionamento das atividades do Albergue da Juventude, como: café da manhã, horário de entrada e saída, assim como toda e quaisquer informações turísticas locais e serviço de cofre.

Todo Albergue da Juventude poderá oferecer segurança aos seus usuários através de um sistema de guarda de valores.

A recepção poderá coordenar um serviço de guarda de bagagem adequada e funcional.

Os alberguistas normalmente fecham suas contas/fazem o *check-out* e deixam suas bagagens no Albergue da Juventude, até o horário de partida.

Na recepção, funciona ainda o caixa do Albergue da Juventude, portanto observa-se a necessidade de ser criados procedimentos adequados, práticos e seguros para serviço, que incluam recibos, câmbio, troco e cartões de crédito.

- A CHEGADA DO ALBERGUISTA

O Alberguista pode chegar com reserva antecipada feita via email, telefone, fax ou pelo sistema HIHOSTEL.COM, através das centrais de reserva das

Associações Estaduais/Internacionais, ou ainda chegar sem reserva.

O recepcionista deve sempre dar-lhe boas vindas, solicitar o comprovante de reserva que pode ser o voucher, ou o depósito bancário, quando se trata de reserva individual e antecipada.

Quando chegar sem reserva deve ser solicitado pagamento das diárias na hora do *check-in*/entrada.

Em todos os casos, o procedimento correto é solicitar o voucher ou pagamento, a carteira de sócio, a carteira de identidade ou o passaporte. Nesse sentido, vale a ressalva que cabe ao *hostel* a responsabilidade de identificação do alberguista.

Um Albergue da Juventude com muitos leitos precisa criar um sistema de identificação de seus hóspedes. Há alguns exemplos bem sucedidos no Brasil, em especial o Albergue da Juventude Lua Cheia em Natal, o Albergue da Juventude Maracaia de Porto Seguro e o Albergue da Juventude Praia do Forte, na Bahia, que entregam aos seus hóspedes pulseira e/ou fitas identificando-os pelas mesmas.

- DORMITÓRIOS COLETIVOS



Figura 09 – Quarto coletivo do *hostel* Cronulla Beach YHA – Sydney – Austrália.

Fonte: www.hihostel.com

Devem ser obrigatoriamente separados por sexo, preferencialmente orientados para o nascente, com abertura direta para o exterior, para fins de iluminação e ventilação. Deve conter equipamentos mínimos, tais como cadeados, travesseiros anti-alérgicos, cobertores anti-alérgicos, armários individuais, cesto de lixo, etc.

A obrigatoriedade de armários nos quartos evita que o dormitório tenha uma aparência desagradável ao usuário.

Nos locais de clima frio ou montanhoso, sugerimos edredons e que seja possível trocar por uma capa, por medida de higiene e limpeza.

- DORMITÓRIO DE CASAL



Figura 10 – Quarto de casal do Metro YHA – Melbourne – Austrália.

Fonte: www.hihostel.com

Deve ter abertura direta para o exterior, para fins de iluminação e ventilação, com banho privativo. Deve conter equipamentos mínimos, tais como cadeados, travesseiros anti-alérgicos, cobertores anti-alérgicos, armários individuais, cesto de lixo, etc.

3 - ESTUDO EXPLORATORIO DO TURISTA *BACKPACKER* NA CIDADE DE SAO PAULO

Este capítulo apresenta e analisa os dados referentes ao perfil receptivo do Praça da Árvore Hostel, São Paulo Hostel e Sampa Hostel, bem como os resultados obtidos durante a pesquisa realizada no 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo, com vistas a identificar o perfil dos turistas *backpackers* que visitam a cidade, bem como a percepção do público em relação a esse segmento na cidade de São Paulo.

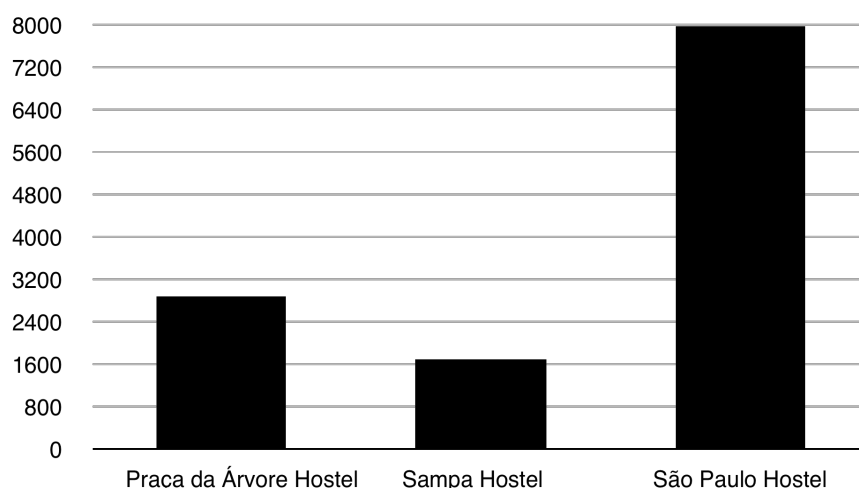
3.1 Panorama dos turistas *backpackers* da rede *Hi Hostel* Brasil.

Esta análise tem como objeto de estudo os *hostels* da rede *Hi Hostel* da cidade de São Paulo e, em razão disto, procurou-se priorizar os dados referentes aos três

estabelecimentos localizados na cidade: o Praça da Árvore Hostel, o São Paulo Hostel e o Sampa Hostel, num primeiro momento e, em seguida, fazendo um comparativo levando em consideração o perfil dos hóspedes, número de pernoites e total receptivo, conforme Anexo G.

O gráfico 02, apresenta os dados referentes ao total geral de hóspedes na Praça da Árvore *Hostel*, Sampa *Hostel* e São Paulo *Hostel*, no ano de 2009. Observa-se que o *Hostel* Praça da Árvore atendeu 2.893 hóspedes, o *Hostel* Sampa *Hostel* 1.706 hóspedes e o São Paulo *Hostel* um total de 7.988 hóspedes visitando a cidade durante o período de aferição dos números.

Gráfico 02



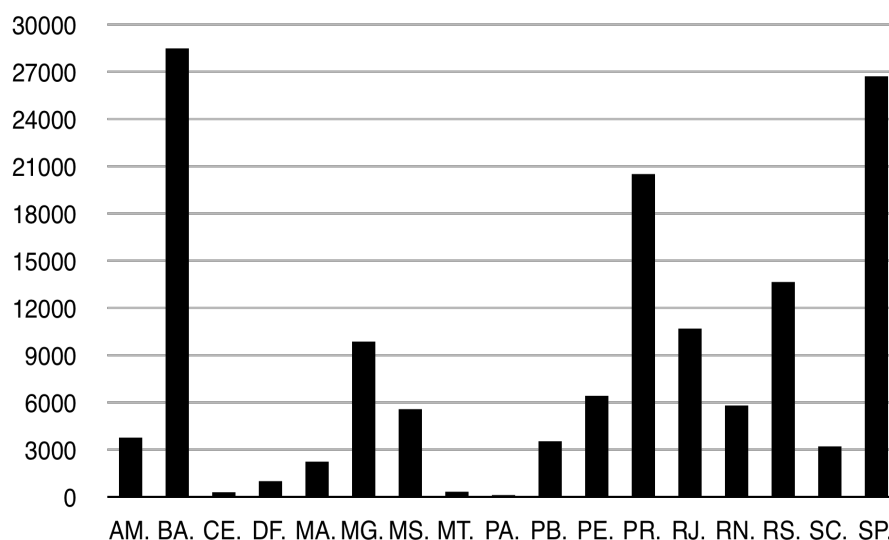
Fonte: APAJ-SP (2010)

Observa-se, assim, que o São Paulo *Hostel* apresenta um número superior de hospedes em relação ao Praça da Árvore *Hostel* e o Sampa Hostel. Esse resultado positivo do São Paulo *Hostel*, pressupõe-se entre outras variáveis, estar relacionado à sua estrutura física com maior oferta de unidades habitacionais e o fato da localização ser mais centralizada e próximo a estação de metrô.

Em relação ao gráfico 03, o mesmo apresenta um panorama geral do número de hóspedes no ano de 2009, divididos por estados da federação brasileira. Os resultados mostram em números exatos, que o estado do Amazonas obteve 3.823 hóspedes, o estado da Bahia 28.544 hóspedes, o estado do Ceará obteve 354 hóspedes, o Distrito Federal obteve 1.059 hóspedes, o estado do Maranhão 2.297 hóspedes, o estado de Minas Gerais 9.922 hóspedes, o estado do Mato Grosso do Sul

5.631 hóspedes, o estado do Mato Grosso 387 hóspedes, o estado do Pará 175 hóspedes, o estado da Paraíba 3.592 hóspedes, o estado de Pernambuco 6.478 hóspedes, o estado do Paraná 20.563 hóspedes, o estado do Rio de Janeiro 10.748 hóspedes, o estado do Rio Grande do Norte 5.835 hóspedes, o estado do Rio Grande do Sul 13.708 hóspedes, o estado de Santa Catarina 3.266 hóspedes e, por fim, o estado de São Paulo com um total de 26.772 hóspedes.

Gráfico 03



Fonte: APAJ-SP (2010)

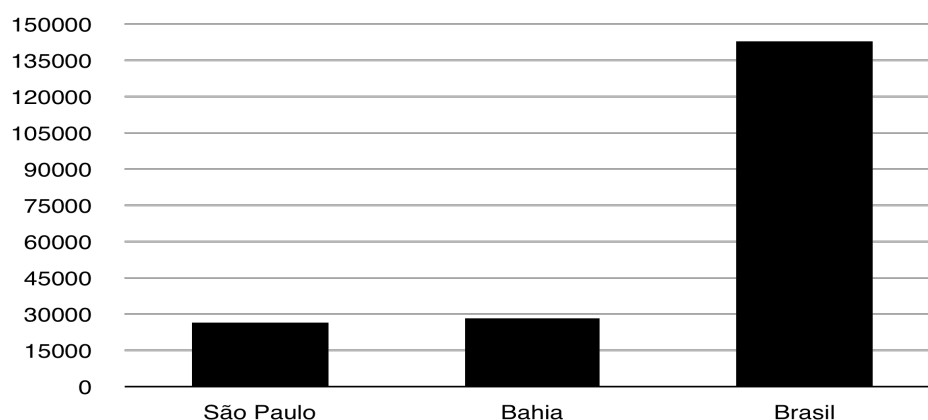
Diante desse número, observa-se que o estado da Bahia, congrega o maior número de hóspedes em todo o território nacional, seguido do estado de São Paulo, Paraná, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Esses dados chamam a atenção, uma vez que São Paulo é um dos principais pontos de chegadas internacionais, diferentemente da Bahia. Nesse sentido, provavelmente, pode-se abstrair que a Bahia teve ter maior número de pernoites em relação a São Paulo e Rio de Janeiro. Na condução desta pesquisa não se apurou essa informação, uma vez que o foco é a cidade de São Paulo. Outra questão que chama a atenção é o desempenho dos estados do Sul e isso certamente está condicionado ao grande número de turistas *backpackers* argentinos e uruguaios viajando pelo sul do Brasil.

O gráfico 04, apresenta o total geral de hóspedes do estado de São Paulo,

Bahia e do Brasil no ano de 2009. Neste registro, São Paulo obteve um total de 26.772 hóspedes, a Bahia obteve um total de 28.544, enquanto o Brasil obteve um total de 143.154 hóspedes.

Gráfico 04



Fonte: APAJ-SP (2010)

Entende-se, portanto, que o estado da Bahia supera o estado de São Paulo no que tange ao número de hóspedes no ano de 2009. Possivelmente este fato se dá em razão de São Paulo ser um destino de chegada, enquanto a Bahia o principal destino de estada dos turistas *backpackers* viajando pelo Brasil. Ressalta-se, como dito anteriormente que o número de pernoites da Bahia provavelmente seja superior ao número de pernoites do estado de São Paulo.

3.1.2 Perfil do turista *backpacker* do São Paulo Hostel.



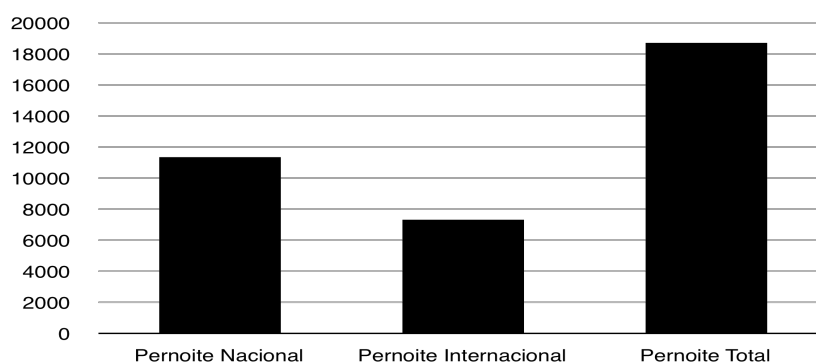
Figura 11 – Vista externa do São Paulo Hostel

Fonte: www.hihostel.com

No gráfico 05 são apresentados os dados referentes aos pernoites dos hóspedes

do São Paulo *Hostel* no ano de 2009. Os registros apontam que 11.387 são identificados como pernoites de origem nacional, 7.358 são de pernoites de origem internacional, com 18.745 no total de pernoites.

Gráfico 05

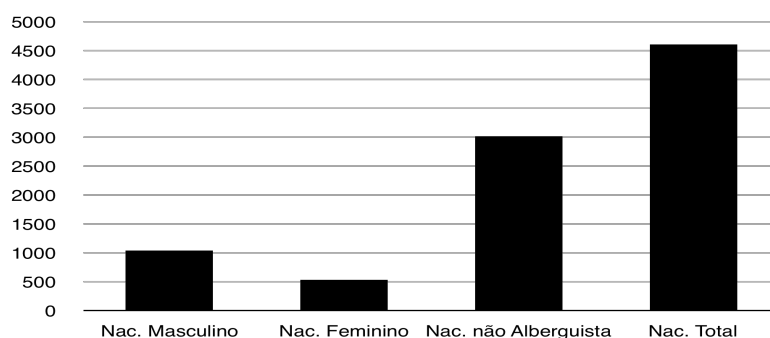


Fonte: APAJ-SP (2010)

Os números mostram que no São Paulo *Hostel*, a maioria dos hóspedes no ano de 2009 são de procedência nacional e que esse dado talvez não reflita uma realidade nacional, uma vez que a cidade de São Paulo é um pólo de compras, de negócios e de grande eventos.

O gráfico 06, apresenta o perfil dos hóspedes de origem nacional do São Paulo *Hostel*. Observa-se que o número nacional de hóspedes do sexo masculino é de 1048 e o número de hóspedes de origem nacional do sexo feminino 541. O número de hóspedes não alberguistas, ou seja, aqueles que não possuem a carteira de associado da *Hi Hostel* chega a 3027, fechando os pernoites do estabelecimento em 4.616 hóspedes.

Gráfico 06

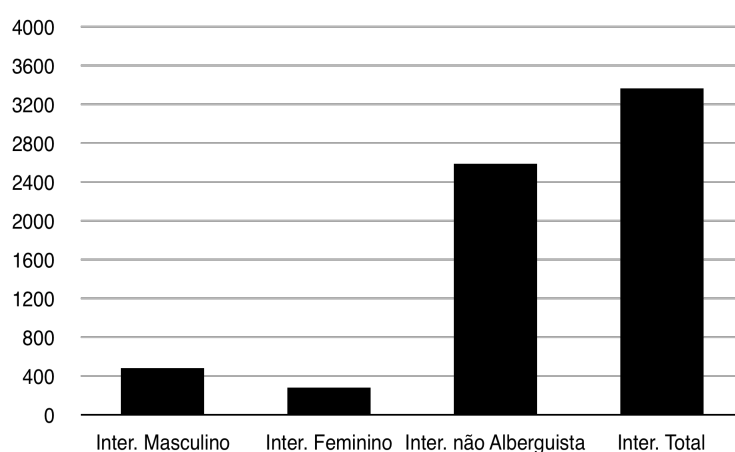


Fonte: APAJ-SP (2010)

Observa-se com esses dados que os homens de origem nacional ainda são a maioria dos turistas *backpackers* hospedados no São Paulo *Hostel* no ano de 2009 e que existe ainda um número considerável de turistas *backpackers* nacionais que não aderiram a carteirinha de alberguista. Nesse sentido, ressalta-se que exista um grande trabalho a ser feito para que haja maior adesão ou, entende-se, também, que as políticas de favorecimento aos associados talvez não estejam atendendo as expectativas.

O gráfico 07, apresenta as pernoites dos hóspedes de origem internacional do São Paulo *Hostel*. Observa-se que o número internacional de hóspedes do sexo masculino são de 498 e o de origem internacional do sexo feminino são de 288. O número de hóspedes internacionais não alberguistas, ou seja, que não possuem a carteira de associado da *Hi Hostel* é de 2.595 e o número nacional de hóspedes internacionais é de 3.372.

Gráfico 07



Fonte: APAJ-SP (2010).

Observa-se com esses dados que os homens de origem internacional ainda são a maioria dos turistas *backpackers* no São Paulo *Hostel* no ano de 2009 e que, também, há um número considerável de turistas *backpackers* internacionais que não aderiram a carteirinha de alberguista. Nesse sentido, ressalta-se, novamente, que existe um grande trabalho a ser feito para que haja maior adesão ou que as políticas de favorecimento aos associados talvez não estejam atendendo as expectativas.

3.1.3 Perfil do turista *backpacker* do Sampa Hostel

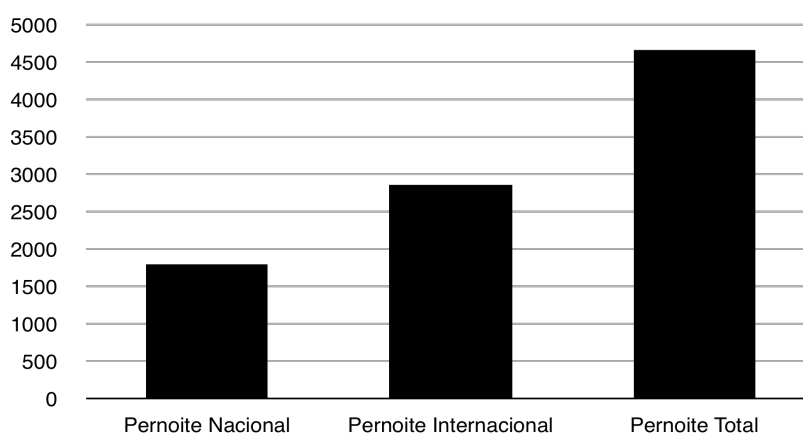


Figura 12 – Fachada do Sampa Hostel

Fonte: www.hihostel.com

O gráfico 08, apresenta dados referentes aos pernoites do Sampa *Hostel* no ano de 2009, divididos em pernoites de procedência nacional, internacional e pernoite total. O número de pernoite de procedência nacional foi de 1.084, pernoites de procedência internacional foi de 2.867 e o total de pernoites no ano de 2009 atinge 4.671.

Gráfico 08

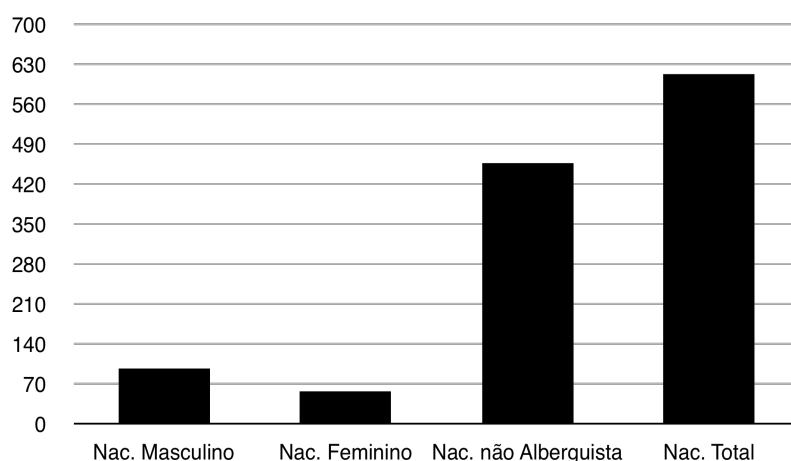


Fonte: APAJ-SP (2010)

Constata-se, assim, que no Sampa *Hostel*, a maioria dos hóspedes no ano de 2009 são de procedência nacional.

O gráfico 09, apresenta o perfil dos hóspedes de origem nacional do Sampa *Hostel*, onde o número nacional de hóspedes do sexo masculino é de 98 e os de de origem nacional do sexo feminino são de 58. O número de hóspedes não alberguistas, ou seja, que não possuem a carteira de associado da *Hi Hostel* é de 458 e o número nacional total de hóspedes no local é de 614.

Gráfico 09

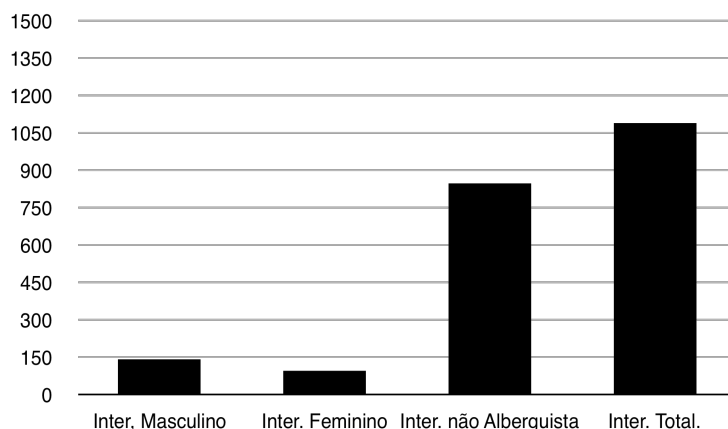


Fonte: APAJ-SP (2010).

Observa-se com esses dados que os homens de origem nacional ainda são a maioria dos turistas *backpackers* hospedados no Sampa *Hostel* no ano de 2009 e que existe, ainda, um número considerável de turistas *backpakckers* nacionais que não aderiram a carteirinha de alberguista.

O gráfico 10, apresenta o perfil dos hóspedes de origem internacional do Sampa *Hostel*, onde o número internacional de hóspedes do sexo masculino são de 144 e o número de hóspedes de origem internacional do sexo feminino são de 98. O número de hóspedes internacionais não alberguistas, ou seja, que não possuem a carteira de associado da *Hi Hostel* é de 850 e o número nacional de hóspedes internacionais é de 1.092.

Gráfico 10



Fonte: APAJ-SP (2010).

Constata-se com esses dados que os homens de origem internacional ainda foram a maioria dos turistas *backpackers* no Sampa *Hostel* no ano de 2009 e que há e um número considerável de turistas *backpackers* internacionais que não aderiram a carteirinha de alberguista.

3.1.4 Perfil do turista *backpacker* do Praça da Árvore *Hostel*

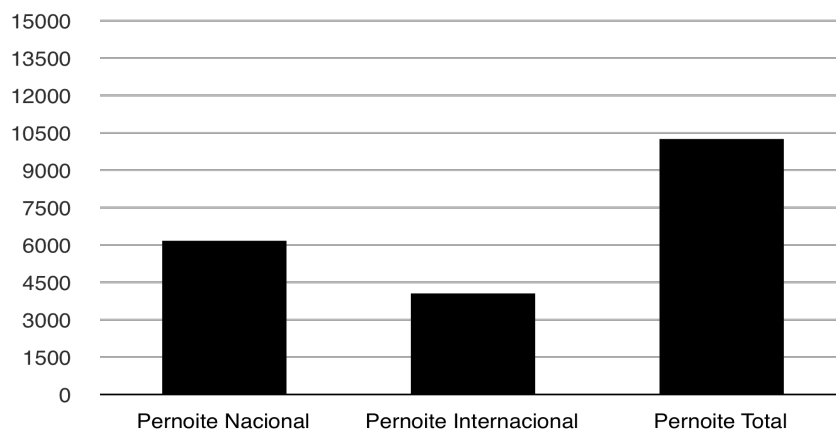


Figura 13 – Praça da Árvore *Hostel*

Fonte: www.hihotel.com

O gráfico 11, apresenta dados referentes ao pernoite do Praça da Árvore *Hostel* no de 2009, onde os registros apontam que 6.197 são pernoites de origem nacional, 4.085 são de pernoites de origem internacional e 10.281 representa o número total de pernoites.

Gráfico 11

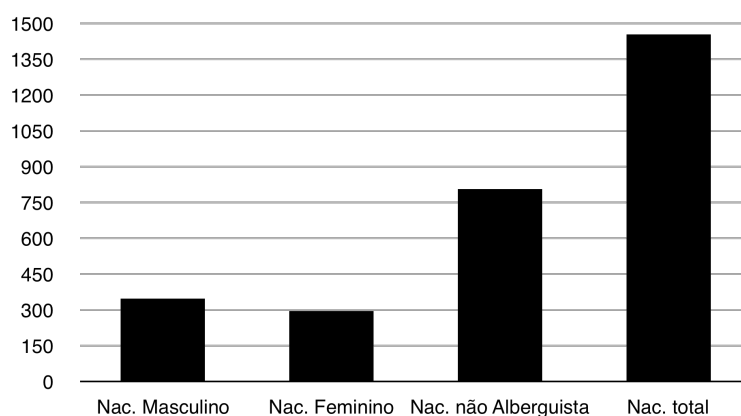


Fonte: APAJ – SP (2010)

Dessa maneira, observa-se que no Praça da *Árvore Hostel*, a maioria dos hóspedes no ano de 2009 são de procedência nacional e que esse dado talvez não reflita uma realidade nacional, uma vez que a cidade de São Paulo é um pólo de compras, de negócios e de grande eventos.

O gráfico 12, apresenta o perfil dos hóspedes de origem nacional do Praça da *Árvore Hostel*, onde o número nacional do sexo masculino são de 350 hóspedes e o número de origem nacional do sexo feminino são de 298 hóspedes. O número de hóspedes não alberguistas, ou seja, que não possuem a carteira de associado da *Hi Hostel* é de 809 hóspedes e o número nacional é de 1.457 hóspedes.

Gráfico 12



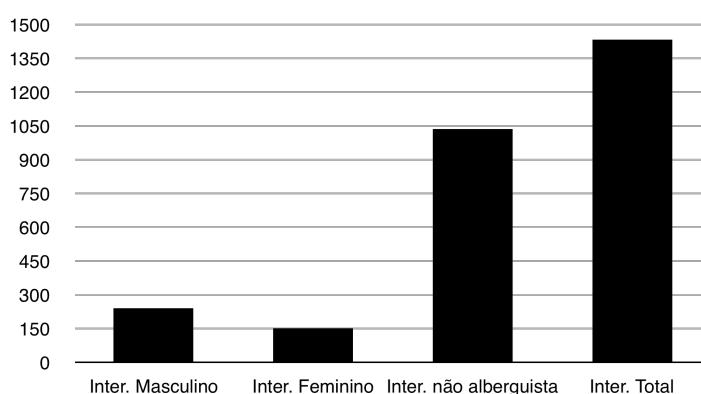
Fonte: APAJ-SP (2010)

Observa-se com esses dados que os homens de origem nacional ainda foram a

maioria dos turistas *backpackers* hospedados no Sampa *Hostel* no ano de 2009 e que o existe ainda um número considerável de turistas *backpakckers* nacionais que não aderiram a carteirinha de alberguista. Nesse sentido, ressalta-se que exista um grande trabalho a ser feito para que haja maior adesão ou que as políticas de favorecimento aos associados talvez não estejam atendendo as expectativas.

O gráfico 13, apresenta o perfil dos hóspedes de origem internacional do Praça da Árvore *Hostel*, onde o número internacional do sexo masculino são de 243 hóspedes e o número de origem internacional do sexo feminino são de 154 hóspedes. A representatividade de hóspedes internacionais não alberguistas, ou seja, que não possuem a carteira de associado da *Hi Hostel* é de 1039 hóspedes e o número nacional de hóspedes internacionais é de 1.436 hóspedes.

Gráfico 13



Fonte: APAJ-SP (2010)

Observa-se com esses dados que os homens de origem internacional ainda foram a maioria dos turistas *backpackers* no Praça da Árvore *Hostel* no ano de 2009 e que há um número considerável de turistas *backpakckers* internacionais que não aderiram a carteirinha de alberguista. Nesse sentido, ressalta-se que existe um grande trabalho a ser feito para que haja maior adesão ou que as políticas de favorecimento aos associados talvez não estejam atendendo as expectativas.

A leitura dos gráficos referentes ao São Paulo *Hostel*, Praça da Árvore *Hostel* e Sampa *Hostel*, apresentam similaridade no que tange ao perfil dos *hóspedes* no ano de 2009, tendo como principais fatores os seguintes pontos:

- A maioria dos hóspedes são de turistas de origem nacional.

- A maioria dos hóspedes são constituídos de homens.
- A maioria dos hóspedes não possuem a carteira de alberguista.
- A maioria dos pernoites são de ocupação de turistas masculinos.

Esses dados refletem a percepção do autor, bem como dos pesquisadores entrevistados, Giaretta e Oliveira, de que há necessidade de se implementarem políticas públicas para esse meio de hospedagem, uma vez, sua expansão pode contribuir com outros aspectos como a proliferação da cultura e da paz por meio dos *hostels*. Ressalta-se que embora a mulher tenha obtido avanços em vários campos em especial no mercado de trabalho, ela ainda, está em segundo plano no que diz ao número de turistas *backpackers* na cidade de São Paulo e isso pode ser reflexo da falta de segurança, falta de conhecimento acerca desse meio de hospedagem, associar *hostels* a oferta apenas de quartos coletivos e mistos, dentre outros fatores.

Um fator que chamou a atenção, no processo de investigação do tema, é a pouca oferta de *hostels* na cidade de São Paulo, mesmo considerando que há diversos *hostels* não credenciados a *Hostelling International*, ou seja, atuando de maneira independente, comparado a oferta de grandes cidades como Nova York, Sydney, Buenos Aires, Barcelona, Londres, Amsterdã, dentre outras. Por outro lado, nota-se que a oferta dos *hostels* cresceu nos últimos anos e que atualmente há um movimento de expansão que possivelmente irá se intensificar nos próximos anos.

Observou-se que o turismo *backpacker* é pouco difundido no Brasil e teve ao longo dos últimos anos tímidas ações por parte do Poder Público e que isso pode ter refletido na falta de conhecimento por parte da população em geral, uma vez que a própria pesquisa evidenciou que a maioria dos entrevistados durante o 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo não tinham, em sua maioria, nenhum conhecimento mínimo a respeito dos *hostels* ou Albergues da Juventude como meio de hospedagem e que isso também se evidencia juntos aos proprietários dos *hostels* objeto de estudo, uma vez que os proprietários/gerentes relataram que todos os dias há alguma ocorrência, seja por telefone, ou pessoalmente, de pessoas perguntando o que é um *hostel* ou se o Albergue da Juventude pertence a prefeitura de São Paulo.

Nesse sentido, embora o turismo *backpacker* não esteja inserido na pauta das políticas públicas do Ministério do Turismo do atual Governo, ele consolidou-se em boa parte dos países desenvolvidos como uma possibilidade a mais de oferta

econômica para incrementar o turismo interno, bem como outros viajantes vindos do exterior.

No que se refere a rede *Hi Hostel*, verifica-se a importância dessa estrutura à oferta de hospedagem aos turistas *backpackers*, uma vez que trata-se da maior rede de hospedagem econômica do mundo, com mais de 100 anos de tradição e presente em diversos países. Em relação a *Hi Hostel* Brasil, evidenciou-se que a mesma encontra-se estruturada à nível nacional, representada pela Federação e associações estaduais e que seu histórico demonstra uma expansão num primeiro momento ou seja, na década de 70 e 80 e que posteriormente houve uma maior preocupação com a qualidade e na busca da padronização muitos *hostels* acabaram sendo descredenciados por não cumprir os requisitos mínimos exigidos pelo padrão internacional. Foi constatado que atualmente não há uma certificação nacional e que a certificação internacional é reconhecida pelo selo “*Hi Q*” e que alguns *hostels* no Brasil já estão certificados e que a FBAJ se empenha no sentido que todos os *hostels* obtenham a certificação internacional, conforme o curso “*Hi Q*” ministrado pelo Sr. Jürgen Gross, em abril de 2010, oferecido a diversos proprietários de *hostels* do Brasil.

Verificou-se que o perfil dos turistas *backpackers* do Praça da Árvore Hostel, Sampa Hostel e São Paulo Hostel são em sua maioria do sexo masculino, de origem nacional, não associados a *Hostelling International* e que embora a cidade de São Paulo esteja entre os principais destinos do turismo *backpacker* no Brasil, isso possivelmente não reflita uma realidade no que tange ao número de pernoites, uma vez que a cidade de São Paulo é ponto de chegada e partida para outros destinos do Brasil.

Em relação ao Praça da Árvore Hostel, observa-se que este é o *hostel* mais antigo de São Paulo e que sua estrutura física pode ser melhorada, uma vez que ele foi adaptado e não projetado para ser um *hostel*. Talvez por esse motivo há certa limitação de ofertas de unidades habitacionais, onde as tarifas praticadas variam de R\$32,00 à R\$60,00. O diferencial do Praça da Árvore Hostel está na busca do atendimento eficiente e na busca de interação entre os hóspedes e na divulgação e oferta de atividades culturais e de interesse, no sentido de fazer com que o hóspede permaneça mais tempo na cidade de São Paulo. Destacou-se que no Praça da Árvore Hostel os colaboradores passam por um processo de treinamento onde os mesmos trabalham por um período em outros *hostels*, inclusive no litoral paulista, na busca de

aprimoramento e novas idéias, uma vez que os *hostels* são meios de hospedagem que buscam de certa maneira a informalidade. Observou-se também que um dos problemas enfrentados é a questão da localização, pois não está localizado próximo a região central ou próximo ao metrô. Foi relatado que no Praça da Árvore Hostel, todas as semanas, pessoas ligam perguntando se o *hostel* abriga mendigos de ruas. Outra questão verificada é que a comunicação entre o *hostel* e os hóspedes acontece em sua maioria através do site do *hostel*.

Em relação ao São Paulo Hostel, verificou-se que este é o maior *hostel* da cidade de São Paulo com aproximadamente 160 leitos e que oferece a maior variedade de unidades habitacionais, com apartamentos coletivos, triplos e individuais e o único a oferecer banheiro privativo em todos os quartos. Destacou-se que o São Paulo Hostel, prioriza a eficiência no atendimento como um diferencial de qualidade e para isso realiza reuniões mensais com todos os colaboradores e utiliza relatórios de satisfação dos hóspedes. Observou-se que o diferencial do São Paulo Hostel está na localização, uma vez que está localizado no centro da cidade, próximo ao metrô e com fácil acesso a muitos dos atrativos turísticos e culturais de São Paulo. Foi relatado que embora esse diferencial seja positivo, muitos hóspedes reclamam da questão da falta segurança no centro da cidade e que boa parte deles não se sentem à vontade em andar pela região no período noturno, uma vez que já chegam na cidade com a impressão de que São Paulo não é uma cidade segura. Em relação as tarifas, observou-se que os valores variam de R\$33,00 á R\$92,00 de acordo as benfeitorias e perfil de cada quarto. Destacou-se que o São Paulo Hostel realiza atividades para os seus hóspedes, e, em especial, um churrasco nos finais de semana para integrar seus hóspedes, uma vez que esse é o maior *hotels* da cidade de São Paulo e muitos dos hóspedes acabam não se encontrando. Foi relatado que a maioria dos hóspedes, dependendo do período, são europeus (maioria de alemães), irlandeses, ingleses, porém a incidência de brasileiros e sul-americanos é predominante, principalmente de argentinos.

Em relação ao Sampa Hostel, observou-se que ele é um *hostel* pequeno para os padrões da *hostelling International*, sendo o menor da rede na cidade de São Paulo com apenas 30 leitos distribuídos em 05 quartos, onde 03 deles são coletivos e 02 são de uso individual, familiar ou grupo de até 04 pessoas. Observou que por ser uma *hostel* consideravelmente pequeno o atendimento é realizado pelos funcionários e

muitas vezes pelas próprias proprietárias que mantêm uma relação próxima com seus hóspedes, onde, ficou evidente a preocupação que elas tem no que tange a eficiência no atendimento e isso refletiu em alguns prêmios de sites internacionais recebidos pelo Sampa Hostel.

Em relação as tarifas praticadas, os valores variam de R\$36,00 à R\$100,00 de acordo com o perfil da acomodação. O diferencial do Sampa Hostel está no seu atendimento e na sua localização, que embora não seja central, encontra-se na Vila Madalena, caracterizado como um bairro boêmio da cidade de São Paulo, com grande ofertas de bares e casas noturnas e dessa maneira, boa parte dos hóspedes procuram o Sampa Hostel pela comodidade de estar próximo a um local de vida noturna agitada.

Em relação as maiores dificuldades enfrentadas, foi constatado que é o fato do desconhecimento do público brasileiro sobre esse segmento é que todos os dias há alguma ocorrência no sentido de ter que explicar, seja por telefone, ou pessoalmente o que é um *hostel*. Outra dificuldade relatada é o fato da mão-de-obra permanecer pouco tempo, uma vez que muitos funcionários optam por ir ao exterior aprender outro idioma ou mesmo viajar para outros países para adquirir novas experiências.

Segundo Cavalieri (2010)³², gerente e proprietária do Sampa Hostel, o perfil dos seus hóspedes são em sua maioria de turistas *backpackers* estrangeiros originários da Inglaterra, Alemanha e França, e que sua média de pernoites é de três dias, o que ela considera um número razoável para a cidade de São Paulo, levando em consideração a média nacional.

Outro item analisado junto aos proprietários/gerentes do Praça da Árvore Hostel, São Paulo Hostel e Sampa Hostel, foi os pontos positivos e negativos em relação a esse meio de hospedagem na cidade de São Paulo. Verificou-se que dentre os pontos negativos destaca-se a imagem do Brasil no exterior associada a violência e outros fatos negativos, falta de divulgação dos *hostels* como meio de hospedagem, falta de políticas públicas para o setor, o desinteresse das operadoras de turismo em trabalhar com esse segmento, aumento de *hostels* independentes e sem qualidade e a pouca permanência dos hóspedes na cidade de São Paulo, uma vez que eles chegam em São Paulo e logo já querem viajar para outros destinos no Brasil.

Em relação aos pontos positivos, destacou-se que a cidade de São Paulo oferece inúmeros atrativos e isso pode ser trabalho no sentido de ampliar o número de

³² Dados obtidos durante a entrevista.

pernoites, a infra-estrutura da cidade favorece a permanência, a mão-de-obra qualificada torna-se um diferencial e que a maioria dos hóspedes dizem satisfeitos com os serviços oferecidos.

Um resultado que surpreende e que é referendado por Giaretta e Oliveira, é a indiferença dos últimos governos e o não reconhecimento do atual Governo Federal ao turismo *backpacker* como um segmento do turismo, uma vez que o plano nacional de turismo não contempla o turismo *backpacker*.

Observou-se que muito pouco foi discutido ou mesmo implementado no que tange a cadeia de produtos e serviços destinados a esse segmento. Por outro lado, notou-se que houve um crescimento dos *hostels* pela iniciativa privada, como meio de hospedagem destinado ao turismo *backpacker*, porém, como não há reconhecimento por parte do Governo Federal, não há então um controle de qualidade em relação aos serviços oferecidos e talvez, por esse motivo, muitos *hostels* preferem atuar de forma independente e não credenciados a rede *Hi Hostel*.

Evidenciou-se, também, que os *hostels* da rede *Hi Hostel* tiveram um crescimento nas últimas décadas, porém, posteriormente buscou-se a padronização dos serviços e da qualidade e nesse sentido, muitos *hotels* tiveram que ser descredenciados por não atenderem os padrões mínimos exigidos pela rede *Hi Hostel*.

3.2 Resultados e discussões de pesquisa junto a freqüentadores do 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo

Por fim, no que se refere aos resultados obtidos na pesquisa de campo realizada no 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo, destacam-se os principais dados no Anexo H, cuja amostra é de 112 entrevistados, onde o questionamento desdobrou-se no conhecimento acerca dos Albergues da Juventude, dos *Hostels* como meio de hospedagem, número de viagens nacionais e internacionais no período de 01 ano, utilização dos serviços dos *hostels* nessas viagens, classificação dos serviços oferecidos pelos *hostels* no Brasil e no exterior, valor cobrado como fator determinante na escolha e aquisição de tais serviços, a importância ou não dos relacionamento que se estabelece nesse meio de hospedagem, conhecimento ou não acerca do perfil de quem utiliza esse meio de hospedagem, sugestões no que tange a

promoção e divulgação desse meio de hospedagem, relevância das redes sociais para esse meio de hospedagem, recomendação ou não desse meio de hospedagem a outras pessoas, opinião sobre o Brasil como destino *backpacker*, opinião sobre a possibilidade de utilização desse meio de hospedagem para a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 e por fim o fato de ser filiado ou não a rede mundial de albergue *Hi Hostel*. Ressalta-se que a metodologia para lançamento da porcentagem pode ser melhor compreendida de acordo com o Anexo F. Destaca-se que boa parte dos entrevistados não responderam todas as questões devido o não conhecimento acerca desse meio de hospedagem.

- No que diz respeito ao conhecimento acerca dos Albergues da Juventude como meio de hospedagem, 46% dos respondentes disseram não ter absolutamente nenhum conhecimento sobre o tema, 13% disseram conhecer através de amigos e 13% disseram conhecer através de sua faculdade. Ressalva-se que parte dos que disseram conhecer, assimilaram os Albergues da Juventude à entidades de caráter assistencialista.
- No que diz respeito ao conhecimento acerca dos *hostels* como meio de hospedagem, 68% disseram não ter absolutamente nenhum conhecimento sobre o tema e 24% entendiam como meio de hospedagem, mas, não sabiam maiores detalhes. Ressalva-se que parte dos entrevistados que disseram conhecer, entendiam que esse meio de hospedagem não era oferecido no Brasil.
- Em relação ao número de viagens no Brasil, 63% dos pesquisados disseram que viajam apenas entre 01 e 03 vezes ao ano e 22% viajam entre 04 e 06 vezes ao ano, muitos destes à trabalho.
- Em relação a utilização dos *hostels* como meio de hospedagem durante as viagens, 60% disseram não utilizar os *hostels* como meio de hospedagem, 13% disseram que utilizam a casa de parentes, 4% utiliza hotéis pago pela empresa e 01% utiliza o *couch surfing*.
- No que se refere às viagens internacionais, 56% disseram que nunca utilizaram os *hostels* no exterior, 26% disseram que nunca viajaram ao exterior e apenas 2% disseram utilizar sempre os *hostels* no exterior. Ressalta-

se que ficou nítido ao entrevistador que a maioria dos entrevistados nunca viajaram ao exterior. Quando perguntados sobre a percepção dos serviços oferecidos pelos Albergues da Juventude no Brasil, 21% disseram considerar bom, 11% disseram considerar muito bom, 8% disseram considerar razoável e 3% disseram considerar sem qualidade.

- Em relação aos serviços oferecidos nos albergues da Juventude no exterior, 12% disseram considerar muito bom e 15% disseram considerar bom.
- Quando perguntados se o valor é determinante na escolha desse meio de hospedagem, 36% disseram que sim e associaram esse meio de hospedagem à estudantes.
- No que se refere ao fato do relacionamento que se estabelece nesses albergues da Juventude serem determinantes à escolha desse meio de hospedagem, 39% disseram que sim e citaram a interatividade e adaptação.
- Quando perguntados se acreditavam que o perfil de quem utiliza os albergues está direcionado a um consumidor de turismo mais autêntico, 30% disseram que sim e citaram enfrentar os limites, conhecimento, público “descolado” etc.
- Outro questionamento foi se eles acreditavam que no Brasil os Albergues da Juventude são reconhecidos como serviços qualificados e essenciais as viagens turísticas, 37% responderam que não e 7% disseram que sim porque há público, diversificar os gastos e hospedagem marginal.
- Quando perguntados sobre que medidas deveriam ser adotadas no sentido de promover o aumento do número de albergues nos espaços receptivos do Brasil, 27% responderam que promover estratégias de incentivos a alojamentos extra-hoteleiros junto a comunidade, 18% incentivar ações empreendedores, 7% promover linhas de financiamentos para novos empreendimentos e 5% citaram divulgação, ratificar imagem, investimento do governo.
- No que tange as estratégias que deveriam ser adotadas no sentido de promover esses serviços juntos ao público que viaja, 21% disseram linhas de promoção de viagens econômicas, tendo como base de hospedagem os

albergues, 20% disseram propaganda institucional, divulgando o segmento, 18% disseram Campanhas educativas junto as universidades e outros públicos, 18% disseram Criação de passes/pacotes englobando o máximo de serviços, inclusive a utilização dos albergues e 5% disseram conscientização, mochileiros elaboram seus roteiros, divulgação e campanhas.

- Em relação a utilização das redes de relacionamento na divulgação, com e utilização dos serviços dos albergues da juventude, 33% disseram fundamental e citaram o acesso a localização, organização, atingir público, conhecer o segmento, acesso prévio etc., 14% disseram relativamente importante e citaram o perfil diferente de turista, preço, comunicação, troca de informações etc.
- No que tange ao questionamento sobre a utilização regular dos serviços da internet para organizar as viagens e estadas nos destinos visitados, 76% disseram que utilizam e citaram pesquisar passagens aéreas, ver opiniões, elaborar roteiro, melhor meio para pesquisas, promoções, comodidade, facilidade, agilidade, não utiliza agência etc., e 23% disseram não e citaram que já sabe o roteiro, usa telefone, pouco ou nenhum acesso a internet, já conhece o lugar etc.
- Quando questionados se recomendaria esse modelo de hospedagem a outras pessoas que tem o hábito de viajar no Brasil ou ao exterior, 45% disseram sim e citaram o custo x benefício, bom preço, economia, novas amizades, experiência cultural, novas experiências, bacana, legal, conhecer os lugares e etc, 2% disseram não por não conhecer em profundidade.
- Todos os entrevistados foram questionados se acreditavam que o Brasil poderia se tornar um destino *backpacker*, 29% disseram sim, desenvolvendo uma cultura relacionada a esse segmento junto a sociedade brasileira, 23% disseram investindo no setor, 13% disseram trabalhando campanhas promocionais nos principais destinos emissivos do mundo e 2% disseram agregar essa divulgação nas instituições de ensino do Brasil; política de segurança focada.

- Outro questionamento foi como eles entendiam a utilização desses serviços nos próximos anos, inclusive durante a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 no Brasil? Onde, 33% disseram fundamental e citaram uma nova opção, muitos turistas, valor acessível, receptivo, atrai grande demanda, internacionalmente é mais conhecido, economia etc, e 14% disseram necessário e citaram redes de hotéis estarão superlotados, serviço que merece reconhecimento, divulgar mais, criação de pacotes, tem público, nicho de mercado interessante apenas 1% disseram desnecessário e citou que não procuraria albergue.
- No que se refere a filiação junto a *Hi Hostel*, 39% disseram que não são filiados a rede e 5% disseram são filiados a *Hostelling International*.
- A última questão relacionada a entrevista realizada no 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo, foi colocada em aberto para algum comentário, crítica ou sugestão acerca dos *hostels* como meio de hospedagem e a resposta que mais predominou foi que no Brasil, um país com tanta beleza natural, poderia ser mais divulgado este tipo de turismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa, num primeiro momento, buscou compreender o turismo *backpacker* na cidade de São Paulo, com foco central na rede mundial de albergues da Juventude, a rede *Hi Hostel*, baseando-se no Praça da Árvore Hostel, Sampa Hostel e São Paulo Hostel, analisando as características e a estrutura dos *hostels* como meio de hospedagem direcionado aos turistas *backpackers*.

Com esse propósito, foram demonstradas e discutidas as peculiaridades e a diversidade de serviços oferecidos pelos *hostels*, indicando uma oferta ampla de serviços, mas centrada principalmente num turista que, em geral, busca a interação com outros hóspedes e a comunidade local, viaja geralmente só e por longos períodos, que dispõe de recursos limitados, diversifica seus gastos e tem preferência por multi-destinos.

Destacou-se que tais serviços oferecidos pelos *hostels* estruturam-se em vários segmentos do turismo: ecoturismo, turismo de aventura, turismo de sol e praia, dentre

outros, uma vez que esse turista, preferencialmente, opta por conhecer o entorno e realizar atividades de integração. Destacou-se, também, que os *hostels* atendem tanto os turistas *backpackers* quanto os hóspedes de perfil mais tradicional.

Nesse sentido, observa-se que a falta de conhecimento sobre esse segmento do turismo ainda é predominante no Brasil e que aqui, diferentemente de países desenvolvidos como Alemanha, Japão e Inglaterra, a prática de viajar não se faz tão presente por diversos fatores, onde possivelmente esteja relacionado a questão econômica, idioma, infra-estrutura, oferta hoteleira etc.

Observou-se que a percepção em relação aos *hostels* como meio de hospedagem é muitas vezes vinculada a um meio de hospedagem no exterior e que a maioria dos brasileiros que utilizam esses serviços no Brasil foi após ter tido uma experiência internacional.

Outra questão levantada foi que a mão-de-obra em relação aos *hostels* podem representar uma oportunidade de inserção ao mercado de trabalho, principalmente aqueles que estão começando sua vida profissional e que pretendem se qualificar, aprimorar outro idioma ou mesmo ter contato com outras culturas e que ao mesmo tempo, a mão-de-obra pode ser considerada um gargalo, uma vez que a maioria desses profissionais, conforme informações apresentadas em entrevista juntos aos representantes/proprietários dos *hostels* objeto da pesquisa, acabam não permanecendo muito tempo no seu local de trabalho, uma vez que eles optam por buscar novas experiências, mudar de cidade, *hostel* ou mesmo ampliar seus horizontes na hotelaria ou em outra áreas.

Verificou-se que a instalação dos *hostels* em determinadas regiões podem mudar o entorno, uma vez que os turistas *backpackers* diversificam seus gastos e tem interesse em conhecer a comunidade local. No Brasil, foi constatado que o Lua Cheia de Natal contribuiu na construção do entorno, uma vez que quando foi inaugurado havia pouca infra-estrutura no local e que, posteriormente, os comércios ali inseridos voltaram-se de certa forma ao público que freqüentava o *hostel*. Outro *hostel* que contribuiu e destacou-se junto a comunidade é o *hostel* Laranjeiras situado no Pelourinho em Salvador. Realiza atividades de inclusão com a comunidade local, inclusive mostrando aos turistas *backpackers* estrangeiros a cultura local.

Considera-se, então, que o Brasil ainda não é um dos principais destinos *backpackers* do mundo pelo fato, provável, de nunca termos tido uma política de

financiamento turístico voltado para o segmento *backpacker* e que as atuais linhas de créditos destinados ao turismo não tem uma aplicabilidade efetiva, pois não contemplam este segmento. Sendo assim, ressalta-se a importância de se criar políticas públicas efetivas e com vistas ao longo prazo para que a percepção acerca desse segmento possa se tornar mais ampla e com resultados positivos.

Outra questão que merece ser considerada, é o fato da moeda brasileira estar atualmente valorizada, o que de certa maneira encarece a viagem aos turistas estrangeiros, uma vez que muitos turistas *backpackers* que vem ao Brasil são originários de países latino-americanos.

O alto custo das passagens aéreas também representa uma dificuldade ao destino Brasil, pois, há pouca oferta de companhias aéreas e nenhuma política das mesmas para os turistas *backpackers*, além do fato do Brasil ser um país de dimensões continentais e não possuir uma malha ferroviária que atenda a demanda. Dessa maneira, uma solução para essa questão poderia ser as companhias aéreas venderem passagem de última hora a preços reduzidos, incentivando o turismo à vários destinos, inclusive a regiões menos exploradas pelos turistas tradicionais.

Ressalte-se que o Brasil possui má distribuições de *hostels*, uma vez que eles estão localizados geralmente nas capitais ou em destinos turísticos já consolidados e isso ocorre naturalmente pelo fato de haver maior demanda e nesse sentido, políticas públicas poderiam ser incrementadas no sentido de se ofertar meios de hospedagem para que esses turistas *backpackers* possam conhecer e divulgar o produto turístico.

Uma questão que chama a atenção e cabe questionamento é o fato do turismo *backpacker* poder contribuir de fato para o crescimento da localidade onde ele está inserido; ressalva-se o fato de que nem todos esses turistas são conscientes do seu papel e, para que esse segmento seja de fato sustentável, faz-se necessário o empenho de toda a cadeia de serviços, inclusive com a interação dos visitantes no contexto de visitação e utilização dos recursos locais.

Nesse sentido, o horizonte que se aproxima demonstra que cada vez mais o mundo precisará de políticas sustentáveis e ecológicas e dessa maneira, o consumo que se estabelece nos *hostels* tendem a ser menor aos hotéis tradicionais, uma vez que esses turistas utilizam em sua maioria quartos coletivos, banheiros coletivos, sala de convivência e cozinhas comunitárias.

Dessa maneira, outra questão a se destacar é que a maioria dos turistas

backpackers no mundo são originários de países desenvolvidos e que “têm” uma bandeira ecologicamente correta e isso pode ser expandido através desses turistas que percorrem países que ainda não possui uma consciência mais profunda em relação ao tema.

Ao final da pesquisa, para uma melhor observação da realidade dos *hostels*, autor ficou imerso no “Che Lagarto Hostel” de Salvador, com o objetivo de apurar o cotidiano, as práticas e as relações que se estabelecem nesse meio de hospedagem e que foram de grande valia e que puderam enriquecer e aprofundar certos questionamentos.

Embora as dificuldades encontradas na pesquisa referentes à pouca literatura científica nacional sobre o turismo *backpacker*, considera-se ter atingido os objetivos propostos inicialmente, uma vez que foi identificado o perfil receptivo da rede *Hi Hostel* na cidade de São Paulo, as características e peculiaridades do segmento *backpacker* e o fato de ser pouco explorado pelos órgãos competentes no Brasil. Nesse sentido, o autor espera que a presente pesquisa possa contribuir para o desenvolvimento de pesquisas futuras sobre o tema, necessários para melhor aprofundamento do segmento *backpacker*, assim como acontece no exterior.

Por fim, entende-se que com esse trabalho foram alcançados os principais objetivos, porém, faz-se necessário um maior aprofundamento sobre o tema, uma vez há pouca bibliografia e informações complementares com foco no segmento *backpacker* no Brasil, pois, embora haja pouco reconhecimento por parte da população, trata-se de um segmento atuante e com características próprias que justificam outros estudos referentes a essa temática.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

AOQUI, Cassio. *Desenvolvimento do Segmento Backpacker no Brasil sob a Ótica do Marketing de Turismo*. Monografia USP, São Paulo, 2005.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC, 2002.

BUREAU OF TOURISM RESEARCH. *International Visitors Survey*. Canberra, 2003.

COOPER, Chris.. *Turismo princípios e práticas*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DENCKER, Ada de Freitas M. *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, Reinaldo. *Planejamento do Turismo: Políticas e desenvolvimento do Turismo no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2003.

EMBRATUR. *Plano nacional do turismo – diretrizes, metas e programas 2003 - 2007*. Brasília: 2003.

GIARETTA, Maria. J. *Turismo da Juventude*. Barueri: Manole, 2003.

GOELDNER, Charles. R.; RITCHIE, Brent. J. ; MCINTOCH, Robert. W. *Turismo princípios, práticas e filosofias*. Porto Alegre: Bookman, 2002.

KEROUAC, Jack. *On the road: pé na estrada*. Porto Alegre. L&M editores, 2010.

KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens/ Jost Krippendorf; [tradução Contexto Traduções]*. – São Paulo: Aleph, 2001.

KOSAKA, Vitor. *A distribuição On-line de informações e serviços turísticos para o segmento de viajantes independentes no Brasil - o caso da WHL Travel: Dissertação UFMG, Belo Horizonte, 2009.*

LAGE, Beatriz. Helena. G.; PAULO, Cesar. M.. *Economia do Turismo*. Sao Paulo: Atlas, 2001.

LOKER-MURPHY, L. *The backpacker phenomenon II: more answers to further questions*. North Queensland: James Cook University, 1993.

LOKER-MURPHY, L.; PEARCE, Philip. L. *Young budget travelers: backpackers in Australia*. Annals of Tourism Research, 1995. V. 22, p. 819-843.

MAOZ, Darya. *Backpackers' motivations the role of culture and nationality*. Annals of Tourism Research, Vol. 34, No. 1, PP 122-140, 2007.

MATIAS, Álvaro. *Economia do Turismo: teoria e prática*. Lisboa: Instituto Piaget, 2007.

MERCANTIL. *Gazeta. Crescimento continua, mas em ritmo menor. Gazeta Mercantil*. São Paulo, nov. 2005. Caderno Empresas e Negócios, p. 3.

MOSHIN, Asad.; RYAN, Chris. *Backpackers in the Northern Territory of Australia – motives, behaviours and satisfactions*. Northern Territory: International Journal of Tourism Research, 2003. V. 5, p. 113-131.

OBSERVATORIO DO TURISMO DA CIDADE DE SAO PAULO. *Boletim semestral*, 2/2009.

OLIVEIRA, Rui. J. *Backpackers no Brasil*. Dissertação (Mestrado em Turismo). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2000.

OLIVEIRA, Rui. J. *Turismo Backpacker - Estudo dos viajantes internacionais no Brasil*. *Cultur - Revista de Cultura e turismo.*, Janeiro 2008.

OLIVEIRA, Rui J. *Estudo da demanda receptiva internacional do segmento de turismo backpacker*. Programa de desenvolvimento do ecoturismo da região da mata atlântica, SP., Fevereiro, 2005.

O' REILLY, Camile C.. *Fron Drifter to gap year Tourism: Mainstreaming backpacker travel*. Annals of Tourism Research, Vol. 33, No 4, pp.998-1017, 2006.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Previsões para 2010*. Nova York: OMT, 2000.

RILEY, Petrus. J. *Road Culture of International Long-Term Budget Travelers*. Annals of Tourism Research. Vol. 15, pág. 313-328. 1998.

RUIZ, Carlos. V; CARRION. ENRIQUE. H. *El mercado turístico: estructura, operaciones y procesos de producción*. Madrid: Ramón Areces SA., 2003.

SCHEYVENS, Regina. *Backpacker tourism and third world development*. Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 1, pp. 144-164, 2002.

THEOBALD, Willian. F. *Turismo global*. São Paulo: Senac, 2002.

VERÍSSIMO, Luiz; FONSECA, Joaquim. da. *Traçando Roma*. Porto Alegre: Artes e ofícios, 1993.

SITES:

3D. *Imagem em três dimensões*. Disponível em: http://manoel.eti.br/blog/wp-content/uploads/2008/07/imax_shark_big.jpg, acesso em 12 Out. 2009

APAJ-SP. *Associação Paulista de Albergues da Juventude*. Disponível em: http://www.alberguesp.com.br/hostels_sp.asp, acesso em 17 Out. 2009.

BOA. *Associação de operadores de turismo backpacker de new south wales*, Disponível em http://corporate.tourism.nsw.gov.au/Backpacker_Tourism_p726.aspx, acesso em 10 Nov. 2009.

BONDI BEACHOUSE HOSTEL. *Foto*. Disponível em: www.yha.com.au, acesso em 12 Out. 2009.

CRONULLA BEACH HOSTEL. *Foto*. Disponível em: <http://www.hihostels.com/dba/hostels-Sydney-----Cronulla-Beach-YHA-003028.en.htm>, acesso em 01 Out. 2009.

FBAJ – *Federação brasileira dos albergues da juventude*. Disponível em: <http://www.hostel.org.br/pg.php>, acesso 30 Set. 2009.

FOLHA DE SAO PAULO. *Entrevista Tony Wheeler*. Disponível em: <https://conteudoclipppingmp.planejamento.gov.br/cadastrros/noticias/2010/4/18/brasil-deveria-diversificar-sua-imagem-turistica>, acesso em 08 Dez.. 2009.

HI HOSTEL BRASIL. *Histórico da rede Hi Hostel Brasrl*. Disponível em: <http://www.hostel.org.br/pg.php?hi=historico>, acesso em 15 Jan. 2010.

JOLLY Swagman backpacker hostel. Disponível em: <http://www.jollyswagman.com.au>, acesso em 27 Out. 2009.

LOGO HI HOSTEL. Disponível em: <http://www.hihostel.com.br>, acesso em 18 Set. 2009.

MAPA DA AUSTRALIA. Disponível em: http://2.bp.blogspot.com/_Mq4S1uVPJOo/SOKl2rS7BmI/AAAAAAAAAC7Y/DeiBt_rgCjE/s1600-h/australia_regions.gif, acesso em 11 Feb. 2010.

MAPA DO BRASIL. Disponível em: <http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/brasil-mapas>, acesso em 05 Dez. 2009.

METRO HOSTEL. *Foto*. Disponível em: <http://www.yha.com.au/hostels/vic/melbourne/melbourne-metro>, acesso em 07 Jan. 2009.

MOCHILA BRASIL. *Turismo backpackers e desenvolvimento no terceiro mundo*. Disponível em: <http://mochileiros.org/entry.php/1-Backpacker-Tourism-ou-Turismo-Mochileiro-Um-mercado-a-ser-descoberto>, acesso em 23 Feb. 2010.

MOCHILA BRASIL *Entrevista Wilian Watie*. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/mochilabrasil/Ewattie02.shtml>, acesso em 19 Nov. 2009.

MOCHILEIRO *Um mercado a ser descoberto*: disponível em: <http://www.mochileiros.com/backpacker-tourism-ou-turismo-mochileiro-um-mercado-a-ser-descoberto-t38514.html>, acesso 22 Out. 2009.

PRAÇA DA ARVORE HOSTEL. *Foto*. Disponível em: Acesso em 16 Jan. 2010

PROJETO PASSE MOCHILEIRO. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/mochilabrasil/southamerica.shtml>, acesso em 10 Out. 2009.

REVISTA TURISMO. *Entrevista Walfrido Mares Guia*. Disponível em: <http://www.revistaturismo.com.br/materiasespeciais/jovem.html>, acesso em 12 SET. 2009.

RICHARD SHIRMANN. *Foto*. Disponível em:
:http://www.iipt.org/newsletter/2008/January.html, acesso em 11 Jan. 2010.

SAMPA HOSTEL. *Foto*. Disponível em: www.hihostel.com, acesso em 10 Jan. 2010.

SAO PAULO HOSTEL. *Foto*. Disponível em: www.hihoste.com, acesso em 10 Jan. 2010. 2009.

SEGUIMENTOS DO TURISMO. Disponível em:
http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/200909242.html, acesso
em 12 Dez. 2009.

VISITANTES INTERNACIONAIS NA AUSTRALIA EM 2009. Disponível em:
http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/International%20Visitor%20Survey/IV
S%20December%202009%20Final.pdf, acesso em 05 Jan. 2010.

APÊNDICES – INSTRUMENTOS DE PESQUISA

APÊNDICE 1 – Roteiro de entrevista à pesquisadora brasileira Profa. Maria José Giaretta

TURISMO *BACKPACKER*: UM ESTUDO SOBRE A REDE *HI HOSTEL*

Mestrando: Wanderlei Gomes Filho

Orientador: Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento

Programa: Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi

- 1- Qual a diferença entre albergue, albergue da Juventude e *hostel*?
- 2- Fale um pouco sobre o histórico da rede *HI HOSTEL* no mundo.
- 4 – Fale sobre o histórico da rede *HI HOSTEL* no Brasil.
- 5- Fale sobre a estrutura da Federação Brasileira de Albergues da Juventude.
- 6- Como um *hostel* privado pode ser tornar membro da *HI HOSTEL*?
- 7 – Quais são as maiores dificuldade dos *hostels* hoje em dia.
- 8 – Existe apoio governamental aos *hostels* no Brasil?
- 9 – Porque a maior rede de hospedagem econômica do mundo é pouco conhecida no Brasil?
- 10 – Qual é o perfil do público que se hospeda nos *hostels*?
- 11- Como os *hostels* podem oferecer preços acessíveis e qualidade?
- 12 – Qual é a previsão de crescimento dos *hostels* no Brasil?
- 13- Como os *hostels* podem contribuir aos eventos da Copa e das Olimpíadas que serão realizados no Brasil?
- 14 – Existe alguma interferência por parte da Federação no que tange a qualidade e manutenção da qualidade nos *hostels*?
- 15 – Existe alguma certificação nacional ou internacional para esse meio de hospedagem?
- 16- Quais são os principais países modelos no que tange esse meio de hospedagem e porque?

APÊNDICE 2 – Roteiro de entrevista ao pesquisador brasileiro Prof. Rui José de Oliveira

TURISMO *BACKPACKER*: UM ESTUDO SOBRE A REDE *HI HOSTEL*

Mestrando: Wanderlei Gomes Filho

Orientador: Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento

Programa: Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi

- 1- Qual a diferença entre albergue, albergue da Juventude e *hostel*?
- 2- Fale um pouco sobre o histórico da rede *HI HOSTEL* no mundo.
- 4 – Fale sobre o histórico da rede *HI HOSTEL* no Brasil.
- 5- Fale sobre a estrutura da Federação Brasileira de Albergues da Juventude.
- 6- Como um *hostel* privado pode ser tornar membro da *HI HOSTEL*?
- 7 – Quais são as maiores dificuldade dos *hostels* hoje em dia.
- 8 – Existe apoio governamental aos *hostels* no Brasil?
- 9 – Porque a maior rede de hospedagem econômica do mundo é pouco conhecida no Brasil?
- 10 – Qual é o perfil do público que se hospeda nos *hostels*?
- 11- Como os *hostels* podem oferecer preços acessíveis e qualidade?
- 12 – Qual é a previsão de crescimento dos *hostels* no Brasil?
- 13- Como os *hostels* podem contribuir aos eventos da Copa e das Olimpíadas que serão realizados no Brasil?
- 14 – Existe alguma interferência por parte da Federação no que tange a qualidade e manutenção da qualidade nos *hostels*?
- 15 – Existe alguma certificação nacional ou internacional para esse meio de hospedagem?
- 16- Quais são os principais países modelos no que tange esse meio de hospedagem e porque?

APÊNDICE 3 – Roteiro de entrevista aplicado aos proprietários/representantes do Praça da Árvore Hostel

TURISMO *BACKPACKER*: UM ESTUDO SOBRE A REDE *HI HOSTEL*

Mestrando: Wanderlei Gomes Filho

Orientador: Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento

Programa: Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi

- 1) Descreva o histórico do seu *hostel*.
- 2) Descreva a estrutura física do seu *hostel* (leitos, áreas comuns, estrutura para deficientes, etc).
- 3) Quais são os principais desafios do seu *hostel*?
- 4) Qual a tarifa praticada?
- 5) Fale sobre seus clientes internos (funcionários – estrutura).
- 6) Qual a diferença entre administrar um *hostel* e outro meio de hospedagem?
- 7) Como o seu *hostel* se diferencia dos demais?
- 8) Porque você é filiado a rede mundial Hi Hostel?
- 9) Você organiza atividades para os seus hóspedes? Quais?
- 10) Qual é o perfil de quem se hospeda num *hostel*?
- 11) Houve em algum momento fiscalização no *hostel* por parte da *Hi Hostel*?

APÊNDICE 4 – Roteiro de entrevista aplicado aos proprietários/representantes do Sampa Hostel

TURISMO *BACKPACKER*: UM ESTUDO SOBRE A REDE *HI HOSTEL*

Mestrando: Wanderlei Gomes Filho

Orientador: Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento

Programa: Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi

- 1) Descreva o histórico do seu *hostel*.
- 2) Descreva a estrutura física do seu *hostel* (leitos, áreas comuns, estrutura para deficientes, etc).
- 3) Quais são os principais desafios do seu *hostel*?
- 4) Qual a tarifa praticada?
- 5) Fale sobre seus clientes internos (funcionários – estrutura).
- 6) Qual a diferença entre administrar um *hostel* e outro meio de hospedagem?
- 7) Como o seu *hostel* se diferencia dos demais?
- 8) Porque você é filiado a rede mundial Hi Hostel?
- 9) Você organiza atividades para os seus hóspedes? Quais?
- 10) Qual é o perfil de quem se hospeda num *hostel*?
- 11) Houve em algum momento fiscalização no *hostel* por parte da *Hi Hostel*?

APÊNDICE 5 – Roteiro de entrevista aplicado aos proprietários/representantes do São Paulo Hostel

TURISMO *BACKPACKER*: UM ESTUDO SOBRE A REDE *HI HOSTEL*

Mestrando: Wanderlei Gomes Filho

Orientador: Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento

Programa: Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi

- 1) Descreva o histórico do seu *hostel*.
- 2) Descreva a estrutura física do seu *hostel* (leitos, áreas comuns, estrutura para deficientes, etc).
- 3) Quais são os principais desafios do seu *hostel*?
- 4) Qual a tarifa praticada?
- 5) Fale sobre seus clientes internos (funcionários – estrutura).
- 6) Qual a diferença entre administrar um *hostel* e outro meio de hospedagem?
- 7) Como o seu *hostel* se diferencia dos demais?
- 8) Porque você é filiado a rede mundial Hi Hostel?
- 9) Você organiza atividades para os seus hóspedes? Quais?
- 10) Qual é o perfil de quem se hospeda num *hostel*?
- 11) Houve em algum momento fiscalização no *hostel* por parte da *Hi Hostel*?

APÊNDICE 6 – Roteiro de entrevista aplicado aos visitantes do 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo
TURISMO BACKPACKER: UM ESTUDO SOBRE A REDE HI HOSTEL
Mestrando: Wanderlei Gomes Filho
Orientador: Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento
Programa: Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi

05 SALAO DO TURISMO – SAO PAULO – SP – BRASIL

NOME COMPLETO: _____

SEXO: () Masculino () Feminino

Profissão: _____

CIDADE E ESTADO ONDE RESIDE: _____

Idade: () menos de 20 anos () Entre 20 e 25 anos () entre 26 e 35 anos
() entre 36 e 45 anos () acima de 46 anos.

EMAIL: _____

Escolaridade () Até o 2 grau () Graduação completa ou não
() Pós-graduação

DATA: ____/05/2010.

1 – Você conhece os Albergues da Juventude?

SIM () NAO ()

De que forma você tomou conhecimento desse tipo de hospedagem

2 – Você sabe o que é um *hostel*?

SIM () Qual a relação que você estabelece entre o *hostel* e o Albergue da juventude?

NAO ()

3 – Quantas vezes você costuma viajar no Brasil no período de 01 ano?

() Entre 1 e 03 vezes () Entre 04 e 06 vezes () Mais de 06 vezes

4 – Nessas viagens você utiliza os serviços de um Albergue da Juventude? Para os que responderam sim na pergunta 01.

()SIM – Em todas elas – por que? ()SIM – Em parte – por que? ()Não – por que?

5 – Nas viagens internacionais você utiliza os serviços de um albergue da juventude?

() Sim – Em todas elas – por que? () Sim – Em parte – por que ? () Não – por que ?

6 – Como você classifica os serviços oferecidos nos albergues da juventude no Brasil?

() Muito bom – porque? () Bom – por que? () Razoável – por que? () Sem qualidade – por que?

7 - Como você classifica os serviços oferecidos nos albergues da juventude no exterior?

()Muito bom – por que? () Bom – por que? ()Razoável – por que? () Sem qualidade – por que?

8 – O valor cobrado pelo albergues da juventude é determinante na escolha do meio de hospedagem?

() Sim – por que? () Não – por que?

9 – O relacionamento que se estabelece nesses albergues da juventude é determinante no contexto das relações sócios hospitaleiras?

() Sim – por que? () Não – por que?

10 – Você acredita que o perfil de quem utiliza os albergues esta direcionado a um consumidor de turismo mais autêntico?

() Sim – por que? () Não – por que ?

11 – Você acredita que no Brasil os albergues da juventude são reconhecidos como serviços qualificados e essenciais as viagens turísticas?

() Sim – por que? () Não – por que?

12 – Que medidas deveriam ser adotadas no sentido de promover o aumento do número de albergues nos espaços receptivos no Brasil?

- ☐ Incentivar ações empreendedoras
- ☐ Promover linhas de financiamento para novos empreendimentos
- ☐ Promover estratégias de incentivo a alojamentos extra-hoteleiros junto a comunidade.
- ☐ Outros – justifique:

13 – Quais estratégias devem ser adotadas no sentido de promover esses serviços junto ao público que viaja ?

- ☐ Campanhas educativas junto as universidades e outros públicos.
- ☐ Propaganda institucional, divulgando o segmento.
- ☐ Linhas de promoção de viagens econômicas tendo como base de hospedagem os albergues.
- ☐ Criação de passes/pacotes englobando o máximo de serviços, inclusive a utilização dos albergues.
- ☐ Outros.

14 – Como você entende a utilização das redes de relacionamento na divulgação, compra e utilização dos serviços dos albergues da juventude.

- ☐ Fundamental – porque? ☐ Relativamente importante – por que? ☐ Desnecessário – por que?

15 – Você utiliza regularmente os serviços da internet para organizar suas viagens e sua estada nos destinos visitados?

- ☐ Sim – por que? ☐ Não – por que ?

16 – Você recomendaria esse modelo de hospedagem a outras pessoas que tem o habito de viajar no Brasil ou ao exterior?

- ☐ Sim – por que? ☐ Não – por que?

17 – Como você acredita que o Brasil pode se tornar um destino *backpacker* (mochileiro)?

☐ Investindo no segmento

☐ Trabalhando campanhas promocionais nos principais destinos emissivos do mundo.

☐ Desenvolvendo uma cultura relacionada a esse segmento junto a sociedade brasileira.

☐ Outros

18 – Como você entende a utilização desses serviços nos próximos anos, inclusive durante a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 no Brasil.

☐ Fundamental – por que? ☐ Necessário – por que? ☐ desnecessário – por que?

19 – Você é filiado a rede mundial de albergues *hi hostel* ?

☐ Sim – por que? ☐ Não – por que?

20 – Você gostaria de registrar algum comentário sobre os mochileiros ou sobre os albergues da juventude?

OBRIGADO !!!!

ANEXOS

ANEXO 1 – ENTREVISTA MARIA JOSE GIARETTA

Boa tarde, eu sou o Wanderlei Gomes Filho, estou aqui na *Hostel* Brasil São Paulo e estarei fazendo uma entrevista com a Prof. Maria José Giaretta. Hoje é dia 14/06/2010 e essa entrevista é referente ao meu projeto de Mestrado da Universidade Anhembi Morumbi que tem como norte, projeto, os meios de hospedagem denominados *hostels*. Então, gostaria de lhe agradecer a oportunidade de estar aqui e por ceder seu espaço e seu tempo para a contribuição desse trabalho.

Pergunta: A primeira pergunta que seria interessante estarmos abordando é a questão relacionada a diferença entre Albergue, Albergue da Juventude e *Hostel*?

Albergue é um termo generalista para um meio de hospedagem, inclusive esta sendo confundido porque seria para abrigar pessoas sem moradia e sem lugar para dormir. Albergue da Juventude foi o nome dado no Brasil para essa rede que começou na década de 70 e que foi incorporado pela marca *hostel* a partir da década de 90 e na verdade Albergue da Juventude e *hostel* é a mesma coisa só que o Albergue da Juventude é um termo bem aqui do Brasil, mas ele está incorporado na rede mundial de albergue da juventude que se chama *hostel*, Hostel São Paulo, Hostel Brasil, Hostel Bonito, Hostel Natal. A diferença ae acho que é uma evolução da rede de mudança e comportamento, de hábito, de marca, de comercialização e de estruturação.

Pergunta: Ok, então seria uma tendência essa denominação do *Hostel* a nível mundial a nível mundial. Você acredita nessa evolução?

Na verdade não é uma tendência, já é para acontecer. Acontece que aqui no Brasil já tentou, só que as vezes a gente atende o telefone como *Hostel* e as pessoas falam: desculpa, foi um engano (risos). Até no Salão do Turismo, conversando com o Rui (Rui José de Oliveira) que é todo marqueteiro, ele disse: “Vocês deveriam esquecer o resto e chamar só de *hostel*, se não vai emplacar nunca”, que é como o Banco Santander que comprou esse banco e aquele e se fosse ficar esperando o público gravar, só que o banco Santander tem uma verba milionária para fazer propaganda que não é o nosso caso do Albergue.

Pergunta: Então para e gente sobre o histórico da rede *Hi Hostel* no mundo.

Bom, a rede nasce por um educador alemão chamado Richard Schirmann que já lá em 1809 ele dava aula extra-classe. Sabe essa aula que a gente faz agora e chama de visita técnica, trabalho de campo e “n” idealizações na educação, ele já fazia em 1809 e em uma das saídas dele, ele pegou uma tempestade e teve que abrigar os alunos à beira da estrada e ele teve idéia a principio de fazer uma rede que acolhesse alunos e no entanto, foi tendo uma aceitação e uma demanda por todo o mundo para ter um lugar para ficar em varias partes do mundo, então ele se expandiu e não ficou só para estudantes, até mesmo porque foi considerado preconceituoso ser direcionado apenas para estudantes e ele vai se espalhando pelo mundo se implantando primeiro no continente Europeu e depois no continente americano e assim, ele sempre teve problemas nas guerras, tanto que no período de guerra, assim como no turismo e qualquer outra atividade econômica como um todo, tem uma retração muito grande, no entanto na Segunda Guerra Mundial o Richard Shirmann sofre muito porque ele era alemão e como ele tinha esse movimento e tinha uma aceitação no mundo, o passaporte dele é um dos primeiros a serem confiscado pelo nazismo e no entanto quando acaba a guerra ele e as lideranças da ACM e do Rotary, dos escoteiros, ele fizeram uma união de sair pelo mundo pregando paz, cada um expandindo seu movimento e o Richard Shirmann assim fez. E ae, assim, no histórico do mundo, na década de 60 tem uma relação com a juventude de uma forma geral, porque, é a década da rebeldia, do movimento *hippie*, de todas as greves estudantis, então tem Maio de 68 em Paris, mesmo aqui na America do Sul teve vários movimentos estudantis na década de 60 e em alguns lugares isso ajudou e outros atrapalhou. No Brasil por exemplo foi penoso porque a gente não conseguia andar por conta da época da ditadura, mas a década de 60 de qualquer jeito, ele vem fortalecer a idéia do movimento na maior parte do mundo, ae ele vai crescendo e em 71 ele chega aqui no Brasil e ele vai crescendo muito, ate porque na década de 70 e 80 não existe outras alternativas de hospedagens econômicas. A rede é como única hospedagem econômica e tem a questão da filosofia, porque não é econômico, porque hoje isso é bem claro, que é um lugar para você viajar sozinho, encontrar pessoas, fazer amigos, conhecer o lugar, você tem uma forma e uma relação de turista diferente das outras formas que é você ficar, no geral, os alberguistas ficam muito mais tempo nas localidades e ae também, na década de 70 o albergue, ele tem ae toda uma

incorporação da natureza no primeiros movimentos de eco-turismo, de sustentabilidade, aqui no Brasil por exemplo na década de 80 é quando a gente tem de fato um crescimento que é reconhecido pelo Governo Federal, através da EMBRATUR da época graças ao crédito do João Dória Junior que era presidente da EMBRATUR na época que era o órgão máximo do turismo brasileiro e o movimento chega a todos os Estados brasileiros. Em 1990 a gente tem vários pontos bem factuais de história, primeiro em 1992 a gente tem a entrada da internet, que tem uma relação fortíssima com a juventude que é falar ao Twitter, facebook, Orkut, e em todas as redes sociais e isso vem ajudar bastante o movimento alberguista, porque, até então, as reservas eram feitas assim: o sócio escrevia um cartão postal para o albergue onde ele ia, postava e ele ficava esperando a resposta. Imagina quanto tempo de antecedência para se fazer isso. A internet foi a 8^A maravilha do mundo para os albergues da juventude, no entanto, em 1992 junto com a internet é criado um sistema mundial de reservas chamado: IBN, que nem tem mais porque a internet entrou aquele ano e ele era um sistema próprio da Federação Internacional que era *Internet Booking Network*, que era uma rede mundial de reserva, aonde você ia nas associações fazia a sua reserva e saia daqui com o *voucher* impresso, com endereço, com o nome, quanto custa, se já foi pago ou se já não foi pago. Esse sistema em 1992 no Brasil era bem problemático por um sistema de comunicação, existiam falha de comunicação do Brasil com o mundo que em emperrava um pouco o nosso sistema e paralelo a isso a gente tem vários fatos históricos que em 1994 nós fizemos uma conferencia na Austrália que o Brasil participou fortemente, na época o presidente da Federação brasileira de albergues da juventude era o Sergio Cabral Filho, que hoje é o Governo do Rio de Janeiro e ele se propôs a se candidatar para um cargo na Federação Internacional de Albergues da Juventude, então foi um marco histórico isso, porque foi a primeira vez que um latino americano assumiu um cargo de direção da federação internacional de albergues e também nesse mesmo período foi feito uma pesquisa mundial sobre o que os sócios pensavam da rede e essa pesquisa trouxe uma serie de mudanças para a rede, tipo assim: o sócio não quer mais só o quarto coletivo, ele quer outras opções, ele quer continuar viajando de albergue, de *hostel* melhor dizendo, só que ele quer uma privacidade melhor, DAE muitos albergues do mundo passaram a impor uma reforma para fazer essa adequação, também tem a entrada do Sergio na Federação internacional que eleva a condição do Brasil no movimento

internacional e a gente na época teve um crescimento bastante grande de reservas então por conta desse sistema IBN a gente passou a ter um crédito bem grande no movimento internacional que a gente tinha muita reserva diante de outros países, principalmente dos países latino americanos. Aí a gente teve nessa mesma época a implantação do sistema de qualidade mundial, da mudança da marca que era *Youth Hostel* e passou para *Hostteling International* e se passa então ter o nome único que se chama *hostel* que cada país tinha, então cada país de língua inglesa tinha *Youth Hostel* e Espanhóis era Albergues Juvenis, na italiana era *hosteles*, então nessa década se muda assim que não vai mais ter a característica de cada lugar e o nome para o mundo inteiro vai ser *hostel*, a marca *Hostteling International* e também uma evolução do sistema de qualidade, um acompanhamento da rede mundial, aí a gente teve uma estagnação em 2001 por conta dos ataques terrorista aos EUA, que afetou a gente também, afetou a rede como um todo e a gente teve de uma certa forma uma mudança de fluxo, que a gente tinha um grande fluxo da Europa para os EUA e para os outros lugares tinha um fluxo que tinha uma estabilidade, mas não tinha crescimento. Com os atentados a gente teve muita gente procurando outros destinos, como por exemplo a Austrália, Nova Zelândia, os países Asiáticos. Também nessa década a gente foi reconhecido pela UNESCO como centros de cultura e paz que é considerado um local onde as pessoas se encontram em paz e que tenham uma troca cultural, enfim, acho que esses são os principais pontos ali da história mundial .

Pergunta: E hoje, como está a estrutura da Federação no Brasil ?

Bom, nossa sede é no Rio de Janeiro, nosso presidente é Gaúcho do Rio Grande do Sul, nós temos uma diretoria, cada Estado que tem uma rede pode ter uma diretoria, por exemplo, o Estado da Bahia tem vários albergues da Juventude e no entanto eles não querem e não se estruturam para ter uma associação, então eles são representados pela Federação Brasileira. Agora, São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Brasília, possuem associações, então, a estrutura é a Federação o órgão que representa a maca, que libera diárias, então é o elo de cada *hostel*, cada sócio e a Federação Internacional de Albergues da Juventude.

Pergunta: Ela está presente de fato em todos os Estados do Brasil ou em alguns Estados ela ainda não tem representatividade?

Tem Estados que ela não tem representatividade, até mesmo porque não tem *hostel* ou até mesmo porque tem um ou dois *hostels*. A Bahia por exemplo, não tem associação, no entanto, os baianos são super articulados, assim como o Rio Grande do Norte, que tem poucos albergues, no entanto, eles são articulados com a mídia. O Ceará está se articulando agora. Mato Grosso do Sul, não tem associação, porém os proprietários são articulados.

Pergunta: Em relação aos *hostels* privados, imaginemos então que existe uma demanda grande de *hostels* privados querendo entrar na rede. Como então, funciona o processo de adesão por parte da Associação Brasileira?

Ele tem que dar entrada com uma carta-consulta, dae a associação ou a federação onde não há associação é a federação quem faz, vai fazer o estudo de viabilidade, um estudo de oferta e demanda para ver se não tem nenhum e se cabe um, se tem mais de um e se cabe mais de um e aí nós temos duas pessoas que trabalham com qualidade e sai do escritório e vai até a localidade para verificar se atende, se as pessoas que estão querendo abrir tem um perfil adequado a rede, onde, é melhor a gente não ter um *hostel* do que ter um *hostel* ruim.

Pergunta: Quais são as maiores dificuldades dos *hostels* nos dias de hoje no Brasil?

Resposta: Primeiro a falta de divulgação, uma falta de ajuda governamental, são as maiores, porque o preço da divulgação tanto faz você vender um automóvel como uma carteira ou uma diária de *hostel* e como nós somos uma associação, a diária é econômica, a gente não tem orçamento para fazer essa divulgação que gera um desconhecimento da rede pela falta de divulgação.

Pergunta: Nesse caso, você acredita que há políticas públicas no Brasil incrementadas pelo Governo Federal?

Resposta: Não há, porque a grande verdade é que o plano nacional de turismo traz hoje turismo para todos, turismo de inclusão e os *hostels*, eles representam uma oferta volumosa voltada para mochileiros, uma faixa etária na sua maioria jovem, no

entanto, a única ajuda que a gente teve do Governo Federal foi ter uma cadeira no conselho nacional de turismo, então nós estamos lá representados. Assim, a possibilidade de participar do 5º Salão do Turismo na área de gestão descentralizada que é a área comercial, onde, nós compramos um stand, porque a gente precisa se divulgar, porque nós sobrevivemos da confecção das carteiras, essa é a nossa receita, então, se a gente não pode fazer isso, então acaba ficando complicado, porque participar de um evento demanda um custo relativamente alto para uma associação sem fins lucrativos e assim, eu penso, não tenho essa pesquisa, mas que também assim, quem tem uma articulação política, acaba tendo um lobby maior e consegue se inserir dentro da política nacional e quem tem recursos escassos, pequenos, e não tem verba para ir em reunião todo hora que é o nosso caso, a gente não conseguiu uma articulação porque desde a história do Ministério do Turismo, quando ele foi criado nós fomos muito bem recebidos pelo primeiro ministro que foi o Walfrido Mares Guia e ele sempre dizia que é encantado com esse movimento e conheço o movimento de mochileiros na Austrália e no entanto, a fala e o encantamento dele pelo movimento dos mochileiros na Austrália vinha por conta dele ter um conhecido que tinha viajado a Austrália e tinha dito para ele e não através das pesquisas, da representação do setor dos albergues da juventude. Quando saiu o Walfrido, entrou a Marta, ela nos chamou varias vezes para varias reuniões e eu mesma estive com a Ministra Marta Suplicy várias vezes e existia sim da parte dela uma intenção de fazer essa inclusão social através das faixas etárias, ou seja, segmentação por faixa etária. A primeira coisa que ela implementou foi a da Melhor Idade, por parte do *hostel* a gente só não entende o porque você ter um espaço enorme para a Melhor Idade, que é um segmento similar ao dos albergues da juventude e para os albergues da juventude você tem um folheto e a questão da articulação também é apesar de ter dito eu questiono bastante essa hipótese porque a melhor idade é muito mais desarticulada do que os albergues da juventude, só que as pessoas as talvez falam mais sem pensar exatamente no que falam e também não tem pesquisa e o que esta ali colocado, pouquíssimas iniciativas são voltadas mesmo para a melhor idade e se você pegar as agencias daqui de São Paulo que ofertam pacotes para a melhor idade, você vai ver que pacotes criados para eles mesmo são pouquíssimas operadoras e quando saiu pela primeira vez eu cheguei a verificar e então você tem as iniciativas de uma operadora de turismo chamada “*Pomp Tour*” que tem a linha de produtos voltados para eles e

tem uma outra agência chamada Grafite que tem uma linha de produtos para eles, as demais eu desconheço e a maior parte do que está sendo comercializado ali é turismo de massa aonde a melhor idade ocupa um espaço ali e de verdade, nós não criamos, nunca pedimos dinheiro, mas, a política pública poderia dar treinamento para a nossa rede, organizar mais encontros, ter um guia melhor, nos ajudar por exemplo com tecnologia que é um investimento caríssimo e se você for pesquisar as grandes operadoras, as operadoras que tem de tecnologia um *boing* que pilota a empresa pela tecnologia, não aquela que tem um *boing* e anda de patinete, que tem tudo e usa todo o recurso tecnológico e que é um investimento caríssimo, então a gente patina ali, por exemplo a política pública poderia nos ajudar a abrir *hostel* em lugares no Brasil onde nós não somos conhecidos, enfim, eu afirmo que não teve uma política desde 2003, alias, a única fase que teve uma política pública efetiva para a rede foi na década de 80 que foi no Governo do Sarney que foi quando o João Dória Jr era presidente e ele arregaçou as mangas e o palitô e foi a campo e a trabalho para por na rua Albergue da Juventude, na época era Terceira Idade e esse nome foi mudando, enfim, e ele tinha outros projetos de inclusão social. Existem “n” projetos denominados ali de inclusão social no Brasil, Turismo Educacional, Kilombola, Agricultura Familiar, Produção Agregada, uma série de coisas, trabalhos com comunidades carentes, mais, para mim Maria José Giaretta, que sou fundadora da APAJ-SP e que estou no movimento a muito tempo e que estou na área assim, eu considero, que nesse Governo a gente não teve absolutamente nada voltado para Turismo de mochileiro, eu acho que assim, nós fomos convidados agora para participar do Salão, mas, assim varias vezes a gente foi cortado e não foi chamado para um espaço como foi esse ano aqui e até consideraria ali, essa palestra como um espaço aberto pelo Ministério e se tem uma coisa positiva também foi abrir espaço ali para essa palestra, mas, não teve uma política pública para nós não e agora inclusive, no Ministério está cuidado da classificação dos meios de hospedagem, então só teve oficinas para aceitação de cama e café, pousadas, hotéis, de todas as outras modalidades e nós fomos questionar e nos foi respondido pelo técnico da área que nós não somos problema para o Ministério porque a gente já está organizadíssimos diante de uma classificação, de uma abertura de um procedimento de abertura, que tem casos muito piores que a gente e o que a gente espera é que a gente não seja colocado completamente de escanteio, que por exemplo, quando uma pessoa vai abrir um *hostel* no Brasil a gente tem um trabalho enorme de convencer o

secretario de turismo, o prefeito, que não sabe e não conhece o movimento e diz porque não pode chamar pousada, chamar hotel, o que é esse movimento no mundo e isso da muito trabalho para explicar e então a gente espera que pela menos a nossa rede seja inserida ali num “*roll*” de modalidades de meios de hospedagem. Eu como uma batalhadora do movimento espero isso.

Pergunta: Você acredita que há por parte do Governo Federal e do público em geral do Brasil um pré-conceito em relação a esse meio de hospedagem por falta de conhecimento?

Resposta: Existe um preconceito sim para viajar aqui no Brasil. Eu já viajei muito ao exterior e encontro muitos brasileiros em tudo quanto é *hostel* e eles acham tudo lindo, ae eu pergunto assim: você já ficou num *hostel* no Brasil? Ele responde não, porque é horrível. Dae eu pergunto você já ficou e ele diz não conheço e também tem essa questão de ser generalista, de falar assim, eu não gosto, seria como você falar eu não gosto de comer peixe sem nunca ter comigo peixe, eu não gosto de comer verdura sem nunca ter provado, que é mais ou menos o que acontece. Existe preconceito por causa do nome com um lugar desleixado, como um lugar não confortável, um lugar de pobre, existe sim esse preconceito.

Pergunta: Como você pode colocar para a gente essa questão preço e qualidade, porque toda empresa tende a buscar preço acessível, mas dentro de um padrão de qualidade, então como é possível e quais políticas vocês utilizam para ter preço bom e qualidade?

Resposta: Olha, a qualidade não tem nada a ver com o preço. Eu sempre faço uma comparação assim, aqui em São Paulo nós temos um bar chamado bar Mangueira, tem ingressos agora a R\$10,00 reais, é o lugar que eu sempre pauto como um exemplo de qualidade porque ele custa R\$10,00 e tem um samba de raiz maravilhoso, aliás, eu levo gringo direto lá e sempre tem qualidade. O que é qualidade lá? Se você quebrar um copo lá, logo vem alguém e recolhe aquele copo, você acabou de beber, alguém retira o seu copo, você acabou de comer a pessoa limpa a mesa, se tem uma confusão, como o ingresso é muito barato, acho que mulher é R\$5,00 reais e homem R\$10,00 reais, os seguranças tiram aquela criatura indesejável imediatamente. Você entra num banheiro, no bar Mangueira e é mais limpos que muitos hotéis de alta

categoria, alias tem trinco em todos os banheiros, porque no nosso aeroporto e nos nossos centros de convenção não tem. Então, a qualidade e o preço, acho que assim, a qualidade esta ligada ao que você propôs num serviço, então a qualidade é você prestar aquele serviço de acordo com o que você propôs, então nós não temos carregador de mala, não tem café da manhã com 10 tipos de bolo, com yougurt, com outros tipos de sucos que você quer ou pão quente, omelete e não tem talvez o edredom térmico da M. Martan, mas se propõe a um lugar limpo, com um colchão com um padrão mínimo de qualidade e com um café da manhã razoável e de preferência com coisas ligadas da terra. Então, eu acho que a qualidade na nossa rede esta ligada na nossa realidade, onde a pessoa chega, ela quer ser recebida, se é um *hostel* com um portão de entrada a pessoa tem que falar outro idioma para a pessoa poder se comunicar, ele tem que entrar, ir para o quarto dele, encontrar as pessoas, enfim, encontrar aquilo que ele leu no site, que ele deve encontrar e isso para nós é qualidade. Acho que sofisticação é diferente de qualidade. Qualidade para nós é cumprir aquilo que a gente divulga na nossa rede.

Pergunta: Fale um pouco da previsão dos *hostels* a nível Brasil nos próximos anos.

Resposta: Nós não temos essa projeção de verdade, a gente tem uma preocupação com a Copa. Nós estamos agora com uma média de 10 e 15 para entrar na rede até a entrada do próximo verão, ate porque a gente tem essa questão da qualidade e só abre quando a pessoa cumpre todos aqueles pontos a que ela se propôs, ou se não a gente prefere não ter e no entanto a gente tem essa preocupação, esse trabalho de expandir a nossa rede a lugares aonde vai acontecer a copa do mundo, as olimpíadas, então a gente gostaria que tivesse em cada capital um *hostel*. Essa é uma previsão da gente e nos lugares onde tem demanda, pois, existem alguns lugares no nordeste que tem gente estudando a colocação de *hostel* que são lugares novos, paradisíacos, etc.

Pergunta: Como esse meio de hospedagem pode contribuir para esse grande eventos que irão acontecer no Brasil?

Resposta: Recebendo pessoas, a nossa rede já tem essa familiaridade com o movimento internacional, já tem o domínio do idioma, já sabe o que um mega evento, pois, nós temos um publico, não todos, mas que já tem uma tradição de participação

em eventos internacionais, então a gente sabe que somos uma gotinha d'água no oceano e que o Brasil precisa de oferta e que é uma oferta voltada para esse público jovem que é procurado no mundo inteiro. A rede *Hi Hostel* cresceu nas ultimas olimpíadas, em Barcelona, cresceu na Austrália, assim como o Brasil, agente vai passar por um crescimento de ocupação de *hostels* e de qualidade como aconteceu na Austrália.

Pergunta: Existe alguma intervenção por parte da federação junto a questão da qualidade, a manutenção da qualidade nos *hostels* em São Paulo e Brasil?

Resposta: Sim, existe um controle de qualidade mundial e quando esta fora do padrão é dado um prazo para ele se acertar ou ele é extraído da rede. Ele tem que ter no mínimo 40 leitos e isso não se refere só a qualidade, mas também a viabilidade. Porque quando ele não é viável a qualidade também fica complicada então, tem que ter uma área mínima entre as camas, ele tem que ter quartos coletivos, mas ele tem que ofertar quarto de casal e quarto de família e para que seja também quarto individual. É que albergue de 40 leitos é complicado quarto individual. Ele tem que ter uma recepção que funciona e se for um local internacional que a recepção tenha gente dominando outros idiomas e que ele tenha preferencialmente uma cozinha que os hospedes possam usar e porque muitos hospedes procuram a rede porque ele sabe que lá ele tem uma cozinha que ele pode usar e fazer sua alimentação, tendo assim, um barateamento da viagem, assim como a lavanderia, então esses são os pontos mínimos.

Pergunta: Existe alguma certificação a nível nacional ou internacional para esse meio de hospedagem.

Resposta: Nacional é só o controle, não existe certificação ainda. Internacional, tem o selo *Hi Quality*, que é voltado para *hostels* de entradas, que é onde se recebe alberguistas internacionais e é feito uma auditoria e é dado esse selo apenas para aqueles que de fato cumprem ali toda uma normatização mundial.

Pergunta: Quais são os países modelos em que houve e que implementaram políticas públicas voltadas para os *hostels*?

Resposta: Alemanha, que é o país onde nasceu, mas até hoje existe em curso para a rede *Hi Hostel* e até por isso que alguns, uma região da Alemanha que se chama Baviera e eles só consideram jovens só aqueles que tem até 26 anos e quem tem acima disso eles não consideram mais jovens e não aceitam na rede. É o único lugar do mundo que tem essa restrição, mas a contra partida, é o orçamento voltado para a rede. A França tem um movimento muito bom. A Inglaterra. Na Austrália. Então o que é isso nesses países? Na França qualquer estação do metrô que você chega tem a placa sinalizando o *hostel* daquela localidade. Estar dentro do guia, por exemplo, a Alemanha produz vários mapas, se bem que a produção de papel hoje em dia é questionável, por conta da sustentabilidade, a questão da ecologia, mas a Alemanha sempre produziu mapas da rede e é distribuída nas embaixadas, nos consulados, na companhia aérea e empresas que vendem os tickets de trem, nas estações de trem e nas estações turísticas. No EUA, em Nova Iorque há produção de mapas do metrô, da estação de trem, mapas de ônibus, da Broadway, mapa das compras e também tem o mapa da *hostels* que tem subsídios que sempre assim para participação dos eventos e da manutenção. A Holanda por exemplo, tem um orçamento porque muitos prédios são tombados e a reforma é muito complicada e cara. Em alguns países por exemplo, houve uma acomodação dos prédios públicos, na Espanha por exemplo, muitos prédios públicos foram doados para a associação espanhola e foram reformadas e são usados como albergues, uma parte é usada como hotel, aparador para *hostel*. Na Áustria, idem, uma vez eu fiquei em Viena, tem um *hostel* que a gente dizia que é o quintal de um super hotel luxuoso, super luxo que na verdade é um restauro e que é operado como um hotel, e a construção menor, mais simples, foi alocada para o *hostel*, então, assim, existem varias possibilidades. Então não adianta procurar a gente para doar um prédio em ruínas que a gente não tem recursos para reforma, ou seja, a associação não vai ter como fazer isso.

Pergunta: Você acredita que os *hostels* podem modificar o entorno de onde ele está inserido?

Resposta: Pode, sempre pode. Vou contar uma história do *hostel* de arraial d'ajuda, um lugar onde tudo é pousada. Eu conheci aquele lugar no início dos anos 80 onde só passavam naquela balsa um carro do tamanho de um fusca, então, não tinha fluxo de pessoas, e aí o *hostel* de lá tem uns 05 anos e ele se instalou no meio da comunidade e

fez todo um trabalho com a comunidade. Toda a comunidade sabe o que é *hostel*, muita gente da comunidade ainda não tem água encanada e o *hostel* tem um poço artesiano e ele dá água para toda a comunidade. Esse é um caso. O outro é o *hostel* de Natal que é Lua Cheia que aquele que é construído como um castelo, ele tem um *hostel* e o Pub e quando ele foi para aquela localidade, não tinha nada naquela área e era uma área onde tinha uma casa aqui, outra acolá, mas era uma área que não tinha especulação imobiliária, não tinha restaurante, não tinha bar e você tinha que andar um bastante para comer. Com a instalação do *hostel*, a localidade se transformou no *point* da vida noturna de Natal, o que para nós alberguistas é até um pouco contra o nosso ponto de vista de pensar no turismo massificado, a questão anti-sustentabilidade, no entanto a especulação imobiliária é uma coisa incontrollável, então não só mudou o entorno, mas teve que ter todo um trabalho de trabalhar com pessoas da comunidade, ele tem um trabalho com os meninos de rua, ele empresta o espaço e tem parceria com um professor de capoeira para dar aula de capoeira para os meninos. O albergue lá em Laranjeiras que fica lá no pelourinho, que é uma área complicada de Salvador, tem todo um trabalho com aquela comunidade, com aquelas crianças carentes e tem assim, todo um trabalho, um respeito mutuo entre ele a comunidade, aquelas pessoas que vendem, que correm, com os meninos de rua, até mesmo porque o Albergue Laranjeiras fica em frente a escola do Olodum, então tem também um trabalho com o entorno. Ele muda sim, até a chegada de estrangeiros acaba trazendo e levando notícias.

ANEXO 2 – ENTREVISTA RUI JOSE DE OLIVEIRA

Hoje é 24 de Junho de 2010 e estou aqui com o Prof. e pesquisador Rui José de Oliveira, onde estarei fazendo uma entrevista sobre os *hostels* como meio de hospedagem aos turistas *backpackers* na cidade de São Paulo e primeiro gostaria de lhe agradecer Rui, pela oportunidade e por ceder seu tempo e espaço a essa pesquisa.

Pergunta: Qual a diferença entre Albergue, Albergue da Juventude e Hostel?

Resposta: Aqui no Brasil, a gente faz uma fusão em relação a Albergue, Albergue da Juventude, que albergue também tem também esse tipo de hospedagem para pessoas carentes e muitas pessoas no Brasil acabam confundindo isso, então você fala: estou fazendo um trabalho sobre albergue e aí a pessoa acha que você estudando o meio de hospedagem para pessoas carentes. Então albergue da juventude e *hostel*, para mim não tem diferença. *Hostel* é a palavra no idioma inglês que quer dizer isso e na verdade eu não sei quem que traduziu *hostel* para albergue da juventude, pois, lá é Youth Hostel e o *hostel* virou albergue, então acho que aqui a tendência é cada vez, não querendo, falar em língua estrangeira, mas, a gente vai acabar usando *hostel* porque é a denominação que é conhecida no mundo inteiro e acho que a gente vão cada vez mais utilizá-la.

Pergunta: O que é o movimento *backpacker* no mundo?

Resposta: *Backpacker*, é uma expressão que foi cunhada por um australiano chamado Morph Pearce, para designar as pessoas que viajam de uma forma independente, flexível e econômica, normalmente o perfil dessas viagens são de períodos longos e essas pessoas não tem tudo exatamente planejado, não que elas não façam planejamento, elas fazem, mas elas tem a possibilidade de mudar isso quando elas desejarem, então quando elas forem para um lugar e acharem que aquele local não era tudo aquilo, elas mudam sem problemas, então, elas procuram ficar em meios de hospedagem mais econômicos e procuram meios de transporte também econômicos e tem muita interação, tanto entre os próprios viajantes *backpackers* ou mochileiros, quanto esses turistas com o público local, então tem uma maior troca de experiência aí. Então existem duas correntes que falam onde surgiu isso, onde tem uma corrente

que fala que o movimento vem de uma corrente descendente, então tem os caras que faziam o *Grand Tour*, que eram os caras ricos que iam fazer viagens para ter cultura, então viajam para outros lugares e para ter uma firmação mais abrangente e com isso ao longo do tempo, pessoas menos abastadas começaram a viajar até chegar onde a gente conhece. Essa é uma linha de pensamento. Outra linha de pensamento é de um movimento ascendente que fala que tinham pessoas muito carentes, religiosas e que os peregrinos viajam de país em país para ajudar as pessoas e que isso, ao longo do tempo foi ficando cada vez mais popular e as outras pessoas que não faziam, começaram a fazer também para adquirir conhecimento, conhecer outros países e tal, então, estamos falando do século XX. Um ponto importante é o movimento dos jovens ACM, Associação Cristã de Moços, e que tem das Moças também, que começou também no começo do século passado na Alemanha e que eles queriam levar os estudantes para outras cidades e no tempo de férias eles ficavam alojados nas escolas que estavam de férias, então, começou cada vez mais a ter esse tipo de viagem e perceberam que teriam possibilidades não só no período de férias poderiam fazer outras viagens ao longo do ano e começou a se fazer locais para essas pessoas se hospedarem, daí surge os albergues da juventude e a *Hi – Hostteling International* que está fazendo 100 anos. Isso foi um crescimento estrondoso e em pouco tempo, principalmente nesses países, Alemanha, Polônia, então começou por ali e depois tem um movimento parecido nos EUA, de começar as viagens independentes, o movimento *beat*, então isso acabou indo para os dois lados. No Brasil, um casal foi viajar pela Europa e ficou lá albergues e gostou da idéia e trouxe e implementou isso aqui, na década de 60/70, assim, começou a se formar essa rede e não tenho dados anteriores sobre a quantidade de albergues e mesmo alberguistas que tinham e o que a gente sabe é que teve um movimento cresceu e depois ele regrediu, mas, por uma questão cultural brasileira de dividir algumas coisas, de ter essa cultura de viagem que os Alemães tem desde criança e que no Brasil é um pouco diferente, então aqui no Brasil não teve esse desempenho como se esperava, ou seja, quando esse casal trouxe essa experiência para o Brasil. No Brasil chegou a ter 80 albergues e depois caiu para quase 40 e agora cresceu de novo, então teve uma outra expansão por uma questão de qualidade também.

Pergunta: Fale um pouco sobre os meios de hospedagem destinados aos turistas *backpackers*, suas preferências, etc.

Resposta: Bom, essas pessoas que estão viajando, elas querem de fato é um local para se hospedar, mas, pensando que eles não irão ficar no hotel, o destino dele não é como se fosse um resort, eu vai ficar num resort, não quero nem sair, quero ficar lá, muito pelo contrario, eles estão querendo um local onde eles possam ter o seu pernoite, onde eles possam tomar seu banho, guardar suas coisas com segurança, conforto e qualidade, mas eles não querem gastar muito dinheiro com essa atividade, porque eles preferem pegar esse dinheiro e gastar em outras atividades, como conhecer outros lugares, participar de passeios, etc. Então, o que eles buscam são meios de hospedagens econômicos, dentre eles, um dos mais utilizados são os *hostels*, os albergues da juventude, porque há outras características dentro dos *hostels*, como a questão da convivência, então essas pessoas, a pesquisa mostra que mais que a maioria delas estão viajando individualmente, então no albergue é o momento de se encontrar e fazer novas amizades, então, e além disso as outras pessoas tem informações acerca dos outros lugares que eles querem conhecer, então o *hostel* é planejado para oferecer esse convívio e lá tem uma sala de convivência, uma cozinha comunitária, quarto coletivos, então tem toda essa questão. Lógico que outros locais que eles vai se hospedar, até mesmo porque nem são todos os destinos que tem *hostels* para eles se hospedarem, então eles vão procurar desde campings, pequenos hotéis, mesmo aqui em São Paulo, se a gente pegar os guias internacionais sobre o Brasil os meios de hospedagens recomendados são *hostels*, mas também pequenos hotéis que se localizavam na região do centro antigo, perto da praça da república, tem vários hoteizinhos que essas pessoas também ficavam. Lógico, em outros lugares irão ficar em pousadas, vão ficar em *Bed and breakfast*, agora tem o *couch surfing*, troca de casas, então, essas pessoas podem utilizar esses meios de hospedagem.

Pergunta: Quais são as maiores dificuldades enfrentadas pelos *hostels* aqui no Brasil ?

Resposta: Eu imagino que tem o problema do público brasileiro mesmo, porque, o meu estudos é mais sobre os turistas internacionais, mas, os turistas internacionais já tem a prática de ficar em albergues e nos países deles tem muitos, na Europa por exemplo e em outros lugares, então eles já estão acostumados, então eu não vejo grandes problemas. Pode ser uma questão de qualidade, os albergues aqui são muito diversificados, onde há albergues excelentes e há albergues que não são tão bons

assim, do jeito que a gente gostaria, mas, mesmo assim, os turistas internacionais acabam avaliando os albergues de uma forma positiva, então, nas duas pesquisas isso aparece, mas, se a gente pensar no turismo nacional, nós temos alguns problemas aí, que o brasileiro ainda não tem essa cultura de ficar em albergue. Em alguns lugares, eu vou dar uma palestra num curso de graduação e pergunto para a turma de hotelaria e a apenas 5% da turma levanta a mão. Em seguida eu pergunto onde você ficou em albergue? Quando eu fui para a Itália eu fiquei em albergue, quando eu fui para a Alemanha eu fiquei em albergue, então, depois que essas pessoas tem essas experiências de fazer uma viagem ao estilo mochileiro na Europa eles dizem que é interessante fazer, conhecer pessoas, etc. Assim, eles voltam para o Brasil e começam a praticar aqui no Brasil, mas, as pessoas que ainda não fizeram isso, ainda tem essa questão, então, eu ainda sem ter dados muito concretos sobre isso, imagino que tenha uma questão de segurança, que a gente tem esse pânico, onde, tudo que a gente faz é trancado, fechado e daí como é que eu vou ficar hospedado num lugar, dividir quarto com mais duas, três, cinco pessoas que eu nunca vi, que eu não sei o que essas pessoas estão fazendo e tal. Por outro lado tem a questão cultural de não conhecer essa outra pessoa e como vai ser isso, a falta de privacidade e até a questão do status, então, para onde você foi? Que hotel que você ficou? Eu fiquei em albergue, daí as pessoas pensam que esse cara é pobre, não tem dinheiro, então eu acho que tem todas essas coisas, porque se a gente pensar que o albergue é um meio de hospedagem econômico e que pessoas poderiam ficar viajando ao invés de ficar em hotel de luxo, pegar esse dinheiro e viajar durante um mês e não uma semana, então, porque ele escolhe ficar nisso? Então, é uma questão de viagem, mas eu acho também que é uma questão de comportamento que faz parte da nossa cultura. Eu quero ficar lá no resort porque é legal e então eu acho que esses problemas os albergues vão ter que vencer, tentar ultrapassar essa questão e talvez com a globalização, esse intercâmbio maior, conhecer melhor como os outros turistas viajam, faz com que os jovens comecem a adotar mais esse meio de hospedagem na suas viagens.

Pergunta: Qual é o perfil dos turistas que se hospedam nos *hostels* aqui no Brasil ou mesmo a cidade de São Paulo?

Resposta: O público internacional é o público que se hospeda nos *hostels* ao redor do mundo. A característica principal é que eles são jovens no estilo deles, com

pensamento jovem e não só na idade, então, a médias das minhas duas pesquisas deu 28 anos e dados da Austrália mostram que são mais ou menos parecidos, então, se a gente ta falando que a média é 28 anos, isso quer dizer que tem gente de 20 e que tem gente de 40 e de 50 anos. Eu já entrevistei um australiano de 80 anos, que estava fazendo uma viagem sozinho ao redor do mundo e era uma prática, porque ele era aposentado e sempre estava viajando por aí. Esse não é um caso isolado, pois, a gente encontra pessoas de 50 e 60 anos que estão fazendo isso. Essas pessoas, dependem, por exemplo, os israelenses vão fazer o serviço militar que demora de 2 a 3 anos, homem um pouco mais que mulher e depois eles saem viajando ao redor do mundo 06 meses pelo menos, então, essas caras vão fazer as viagens antes de entrar na Universidade. A gente encontra também muita gente que acaba a faculdade e viaja antes de começar a vida profissional ou pessoas que estão lá, bom, se a gente ta falando isso porque essas pessoas ficam viajando durante muito tempo, lógico que tem as pessoas que vão tirar férias e viajar e tem gente que vai fazer uma viagem mais curta, mas, as características principais são essas pessoas que vão viajar durante um período mais longo, então elas pararam a faculdade ou deixaram o trabalho numa empresa e vão ficar algum tempo sem trabalhar, então, e tem gente que trabalha 06 meses e viaja 06 meses, então, aqui no nosso país não seja tão fácil, vou pedir demissão e volto daqui a 06 meses e volta para onde? Onde que você vai arrumar um emprego tão facilmente? Acredito que outros países isso seja mais fácil e aqui isso não é tão comum. Então, os estrangeiros de diversas ocupações, formações, então tem gente que acabou só o colegial, antes de entrar na faculdade, tem gente que já fez mestrado, tem gente aposentada, tem gente de variadas profissões aí. Em relação as pessoas que ficam aqui no Brasil nos albergues da Juventude eu acho que tem uma diferença um pouco maior. Eu acredito sim que tem essas pessoas que estão de férias e vão viajar e ficam nos albergues, como tem pessoas que vão participar de um congresso lá em Natal e ficam hospedados num albergue da juventude lá. Tem pessoas que estão trabalhando e optam por um meio de hospedagem mais barato e não quer gastar muito e vão para ficar alguns dias, então, tem um público variado, lógico que vai ter variações, mas eu acho que aqui as viagens dos brasileiros são mais curtas, um exemplo é o albergue em Camburí e quem é que vai para Camburí, talvez seja os paulistas que no final de semana vão e ficam lá em Camburí. Eu não considero essas pessoas como mochileiros, eles são alberguistas e eles não estão fazendo uma viagem

de longo período, uma característica um pouco diferente e eu acho que tem muito disso nesses albergues, dependendo do destino, o que vão fazer e tal. Eu acho que é uma combinação de pessoas que estão a lazer, de pessoas que estão estudando, de pessoas que vão trabalhar e quer um meio de hospedagem pequeno e eu acho que é uma combinação dessas coisas. Acho que tem as pessoas que vão viajar e ficam num albergue porque querem um lugar mais baratinho e tal e tem as pessoas, ou seja, uma outra parcela e que talvez seja a maior que vai procurar se hospedar em albergues por uma questão de filosofia e estilo de vida, conhecer pessoas, obter dicas, ajudas, então acho que é sim um estilo de viagem.

Pergunta: Como os *hostels* podem aliar qualidade a preços acessíveis?

Resposta: Eu acho que é possível sim, pois, quando a gente está falando de um meio de hospedagem, que a verdade a gente está falando de um serviço, que é um pouco diferente de produtos físicos, tem uma parcela grande de pessoas envolvidas nesse processo, então lógico que a estrutura do albergue é importante para a qualidade, mas não adianta você ter um albergue estruturado, com colchão confortável e as pessoas que estão lá trabalhando não atendem bem aqueles clientes e não fazem esforço para serem educados, eficientes no tratamento. Eu acho que sim, e não estou falando que adianta só ter pessoas bem treinadas e colocar num espaço que não agrada, a cozinha as pessoas não conseguem fazer a refeição delas de acordo porque o fogão não acende, a panela não funciona, lógico que tudo isso pesa, mas eu acho que é uma combinação, tem uma parte de estrutura sim e tem a qualificação das pessoas no atendimento desses hóspedes. Então essa questão é acessível, lógico que a gente está falando que esse meio de hospedagem esteja posicionado no mercado como um meio de hospedagem mais barato e então acima dele talvez a gente vai encontrar os pequenos hotéis, pousadas, etc. Então a gente não está concorrendo com os grandes e a gente tem um movimento na hotelaria, principalmente aqui em São Paulo com a entrada de vários produtos econômicos e aí sim a gente está chegando perto da briga com essas grandes redes dos albergues, mas, a proposta é completamente diferente, então, esses hotéis são sim voltados mais para negócios, os serviços são os básicos, não coloca nada para não encarecer, a vantagem deles é que geralmente eles tem um prédio maior e você consegue ter apartamentos pequenos e ter uma quantidade, então, no volume eles fazem uma rentabilidade maior. O albergue não é um empreendimento

desse tipo, tudo bem, na Europa e nos EUA você vai encontrar grande albergues e tal, mas aqui a gente não tem, talvez o albergue São Paulo Hostel que foi um hotel e foi transformado num albergue, mas é a idéia é um pouco diferente, é que essas pessoas continuem tendo aquele convívio, troque informações e tal. Eu acredito que os custos são excessivos, então, enquanto em alguns hotéis ou pousadas mesmo, você para agradar a necessidade do cliente você vai colocar uma televisão em cada quarto, num albergue você vai ter uma televisão apenas, porque você colocar a televisão numa sala de convivência e quem quiser vai ter que dividir, então, o custo operacional de um albergue também é menor, porque você vai ter varias questões que encarece, você vai ter um frigobar? Não, você vai ter uma geladeira, então o custo de equipamento é todo menor, então, isso deve refletir no preço também, então imagino que isso possa ser acessível e que isso que dizer que qualidade é ter um luxo e colocar, uma televisão como eu falei, ou um colchão com uma qualidade “Y” ou uma outra coisa, então dá para ter qualidade com um custo menor e isso eu não vejo problema.

Pergunta: Você acredita que haverá um aumento da oferta de *hostels* na cidade de São Paulo, ou mesmo no Brasil, assim como aconteceu com as pousadas?

Resposta: Eu vejo sim, tudo bem que a cultura é diferente, mas imaginar que na Alemanha tem 400 *hostels* e aqui a gente tem 100 e se a gente comparar o tamanho dos dois países. Então eu acho que sim que tem e isso a gente já consegue notar nos últimos 07, 08 anos atrás, a gente tá falando da rede *Hostelling International*, a gente praticamente duplicou o numero de *hostels*, como eu havia falado, em 2002, 2003, a gente chegou a ter quarenta e poucos hotéis e hoje a gente tem 100, então a gente duplicou isso. Eu acho que esse movimento não vai parar por aqui, ele vai crescer, fora os albergues da *hostelling* a gente tem um crescimento de albergues independentes, então, mesmo aqui em São Paulo, se a gente pegar a gente vai ver que quanto albergues da *Hostelling* tem? São quatro agora? e albergues independentes a gente tem perto da Paulista, perto da Vila Madalena, tem um na Vila Mariana, então já até teve algum próximo do aeroporto e fechou, então tem esse caráter de crescimento, então eu vejo as pessoas, mesmo se a gente pensar na questão econômica e na classe C e D começarem a viajar, eles também vão buscar, então, mas eles não são *backpacker*, tudo bem, mas eles podem ser alberguistas hoje para virar *backpackers* no futuro, eles podem começar sua vida como turista, como viajante, por

meio desse meio de hospedagem econômico, que facilita , principalmente com quem quer ajuda, então, se você ficar lá, com certeza os mochileiros vão te ajudar nisso. Então, eu imagino que a gente tem muito para crescer, que tem muitos lugares que não tem albergues e eu acho que cada vez mais essa questão de viagem, se a gente pensar no turismo no Brasil de uma forma geral, o turismo estrangeiro que a gente está estacionado nos 5 milhões de turistas, por várias coisas, a questão de quantidade de vôos, a questão da comunicação, a questão de estrutura, então, mesmo forçado por uma questão de Copa do Mundo ou de Olimpíadas, a gente vai ter que melhorar essas questões, então, eu acho que o turismo vai crescer e com o crescimento do turismo o segmento do *backpacker* também cresce, então, a gente não sabe quanto isso representa aqui no Brasil, ninguém sabe isso, é 5%? É 10%? Talvez seja 5%, deve estar por aí, então se o turismo como um todo crescer, esses 5% também tem crescimento, eu acho que tem sim uma possibilidade de evolução para os próximos anos. Um outra coisa que eu acho que a gente vai ter aí é a questão das certificações ambientais, sociais, então a gente está falando da sustentabilidade como um todo, então, o instituto de hospitalidade já desenvolveu umas padronizações e o que ele desenvolveu para certificar quem faz atividades sustentável, é justamente sobre meio de hospedagem, então, tem lá todos os critérios que a gente pode utilizar para tornar o meio de hospedagem sustentável ou entrar nesses critérios, então, isso não é voltado para um hotel 5 estrelas, 04 estrelas ou pousada, isso é utilizado para todo meio de hospedagem, então, você vai mensurar consumo de água, consumo energético, então você vai fazer mediante a quantidade de pessoas que ficam lá no seu meio de hospedagem, então, independe se ele pequeno ou grande e tal, ele é sempre proporcional. Então, tem no mundo inteiro tem diversas certificações, então essas questões vão começar a aparecer cada vez mais, porque, eu acho que essa questão de ser filiado, então, eu imagino uma pessoa que quer abrir um albergue, vou abrir o meu *hostel* filiado a *Hostteling International* ou fazer isso de forma independente? Qual a vantagem que eu tenho de um ou de outra? Lógico que a *Hostelling International* tem 100 anos, é uma marca que tem 100 anos e 100 anos de sucesso, então, a maior parte dos *backpackers* conhecem essa marca, então, eu acho que isso depende do país, de quem direciona ou faz a gestão dessa marca no país, tem que ter o cuidado de deixar um padrão de qualidade num bom nível. O quê que a gente via antigamente? Então, quando eu fiz a minha pesquisa lá em 2003 eu visitei alguns albergues e então tem

alguns albergues que eram por exemplo dentro de um camping, e tinha uma parte lá que era albergue, a qualidade era muito diferente, então, você vai em algum albergue em Foz do Iguaçu por exemplo, que tem piscina, tem quadra, tem discoteca, várias coisas, então a qualidade é perfeita, então, você ia em outros, tem por exemplo, que se chamava albergue do pelourinho e eu cheguei a ficar lá, até para conhecer um pouco e era terrível, então, em um quarto pequeno tinha lá amontoado 20 bicamas, você não podia quase andar, mas ficava lotado na época de carnaval, na época de férias, fica lotado, então, a questão é a seguinte, se você autoriza um albergue que não tem um padrão de qualidade exigido, ele está em operação e um cliente vai se hospedar lá e ele está vendo que tem a marca da *Hostelling International* então, ele pode pensar: esse é o primeiro e o último que eu vou, porque o padrão de qualidade é esse e esse padrão de qualidade não satisfaz a minha necessidade. Então, o que aconteceu, por isso que houve aquela queda, a federação começou a descredenciar e começou a ter um olhar, um controle maior, então, vou lá e vejo que tem que ter isso e isso e isso, então dou um prazo para esse albergue se adequar, então se ele não se adequar vai perder a marca, então, eu acho que a federação tem um papel importantíssimo de impor a qualidade e se você está autorizando alguém a usar a sua marca, então, você tem que padronizar, essa é a questão, então, o padrão tem que ser ótimo para a pessoa que for a primeira vez num albergue aqui no Brasil e falar, eu gostei, então daqui para a frente nos lugares que eu for eu vou sempre ficar nos albergues da *hostelling* porque eu sei que a qualidade é boa, então, é essencial para acontecer, então, quando vem turistas estrangeiros é isso que eu estou falando, eu acho que a qualidade já aumentou, o controle já melhorou, ainda falta algumas coisas, mas tem que ter um controle porque as pessoas que vêm de fora estão acostumadas com alguns padrões de qualidade, quando eles olharem a marca, é que nem o McDonalds, quando eu vejo a marca do McDonalds em Paris, no Japão ou na União Soviética ou no Brasil, a batatinha tem que ser igual, então, eles esperam isso, então agente tem que se adequar sim a esse padrão de qualidade, então, se a gente está falando em Olimpíadas, Copa do Mundo que vão vir esses turistas estrangeiros, nós temos que estar adequado a essas questões, então, de novo, a pesquisa que eu fiz, a avaliação dos turistas estrangeiros sobre os albergues é muito boa, então, esse eu acho que está atingindo, de novo, nas Olimpíadas e na Copa a gente vai ter uma mescla de nacional e internacional, então, os nacionais sejam mais exigentes, porque eles não tem essa cultura de albergue e eles

vão comparar o albergue com uma pousada e a gente que conseguir conscientizar essas pessoas que a gente está falando de meios de hospedagem com características diferentes e propostas diferentes e que a qualidade também é diferente, então, não é que seja ruim, é que é uma categoria dentro desse meio de hospedagem.

Pergunta: Onde você acredita que haja um movimento alberguista com mais tradição, personalidade, qualidade no mundo?

Resposta: Primeiro a gente tem onde nasceu essa questão do *hostelling*, do movimento *backpacker*, na Alemanha, naqueles países escandinavos, então, esse pessoal, eles já têm essa cultura, então você vê muitas pessoas desses países viajando com seus filhinhos, você vê uma criança de dois anos sendo carregada para um albergue, então, eles nascem e já incorporam isso, eles têm essa característica de fazer isso e tem alguns estudiosos que fazem algumas pesquisas sobre isso lá, mas não estou falando que a Holanda é um grande, todo mundo para a Holanda e tal, mas não é o principal destino *backpacker*, se a gente olhar para os outros lugares que eles vão a gente chegaria na Austrália e na Nova Zelândia, que também tem uma cultura não só de emissão, mas também de formar essa característica da cultura de viagem desse tipo, mas de receber essas pessoas, então, na Austrália principalmente, todo o setor turístico está preparado para isso, então, os dados mostram lá que 20% dos turistas são desse segmento e que tem uma participação grande na parte econômica, nas pernoites, se não me falhe a memória são de 25%, então, isso representa muito e eles entenderam isso, então, eles puderam se planejar para atender essas pessoas da melhor forma, então, por exemplo, quando você chega na Austrália, como um *backpacker* e não fez reservas em nenhum lugar, então você tem um telefone lá, que você só puxa do gancho e você tecla, tem uma informação com vários albergues, vários *hostels*, que é só você teclar 1 ou 2 e você confere no seu guia e tecla e você não precisa saber o telefone, o cara já te atende e se você quiser você pode apenas fazer perguntas ou obter outras informações e se você falar ok e disser eu vou ficar nesse albergue, o cara vão lá te buscar no aeroporto, não estou dizendo que todos os lugares são assim, mas, em alguns lugares são assim. Os lugares já têm essa possibilidade, mesmo os que não são filiados a redes, eles já têm essa e então funciona os quartos, hoje que já tem um movimento, porque antigamente os quartos eram grandes e cabia um monte de gente, mas, hoje os quartos são por volta, são adequados para 06 pessoas, então não fica

muita gente, o banheiro normalmente é dentro do quarto, então, não tem um banheiro coletivo, então, isso já modificou e fez com que o mochileiro ficasse mais satisfeito, então, tem isso, tem a parte de transporte com algumas possibilidades, você pode por exemplo na Austrália você pode por exemplo comprar uma passagem, como se fosse aqui o nosso litoral, viajar do nordeste, como se fosse comprar uma passagem de Fortaleza até o Rio de Janeiro, lá na Austrália por exemplo seria de *Cairns* para Sidney e aí você compra uma passagem de ônibus para esse trecho, só que aí você tem vários destinos interessantes para você conhecer no meio do caminho, então você pega o ônibus aqui e faz um *check-in* no ônibus e vai lá mostra a passagem e é parecido com que a gente tem aqui no avião, eles tem lá com ônibus, mas então, ele parou numa cidadezinha e daí você desce e normalmente é um ponto de ônibus em alguns lugares menos estruturados, não tem uma rodoviária, aí para a sua surpresa, quando você vê ônibus parado lá você vê algumas pessoas com alguns cartazes mostrando o seu meio de hospedagem que são os *hostels*, então, mostra lá uma foto, mostra lá a localização, preço, as características e tal. Então, tem lá 05 pessoas mostrando seus cartazes, seu meio de hospedagem, daí você conversa com um, conversa com outro e fala vou com você, daí o cara pega a sua mochila, coloca dentro da van e te leva para o meio de hospedagem dele, então, isso facilita, além disso, tem um outro meio de hospedagem que na Austrália chama *OZ Experience*, na Nova Zelândia *Kiwi Experience* que um ônibus destinado aos mochileiros, então ele tem um trajeto e você vai comprar um trajeto e você vai fazer parando um dia em cada lugar e você vai gastar 07 dias e você pode fazer isso em um mês porque ele sai de um determinado local, Sidney por exemplo, e no final da tarde ele vai chegar num outro destino e vai parar num albergue, só que nesse dia você vai parando em várias atrações turísticas e você desce, fica lá e o cara diz que vai ficar 03 horas e você faz o que você quiser lá e tal, então, é todo pintado, divertido, então você vai fazendo isso ao longo do dia e chega lá, e se você quiser só dormir no outro dia de manhã o ônibus vai estar seguindo e você segue com o ônibus e se você disser vou ficar aqui mais dois dias, daí a dois dias vai passar um outro ônibus e você pode ir nesse outro ônibus, então, isso tudo lógico que ajuda e facilita a vida de quem está fazendo uma viagem. Você não está tirando a liberdade dele porque ele está, eu quero ficar, aqui eu quero alugar um carro e quero ir para um outro lugar, tudo bem, não tem problema, você vai e depois você volta e continua com ônibus, é mais uma facilidade a mais, então, essas

questões, então a Nova Zelândia, a Austrália, já estão voltadas para isso, fora isso, eles fazem muitos estudos, então se a gente no site do Ministério da Austrália, tem varias pesquisas de mais de 10 anos que eles acompanham esse segmento, então, eles dão importância, então, já entenderam que essa questão dos mochileiros não é uma questão de um monte de gente que não tem dinheiro, eles já entenderam que isso representa um estilo de viagem e essas pessoas ficam muito tempo num destino, gastam por dia um valor menos, mas se você uma contabilidade do período que eles permanecem no país e o custo por dia é muito maior. Eles participam de muitas atividades e na Austrália mostra que lá é mais que o dobro, então o turista convencional fica aqui e participa de três atividades, não, o mochileiro participa de sete ou oito, então, tem os dados lá que comprovam isso, tem mais contato com as pessoas, então, tem uma questão social ae, que o turismo é bom para ter essa interação do visitante com o anfitrião e tal, então, em alguns casos, se a gente pensar tem alguma pessoas que vem ao país e fica dentro de um hotel, um resort e o contato que ele tem com pessoas locais são os colaboradores ou pessoas que estão ajudando ele, tais como faxineiro, recreadores e etc. e o cara nem está muito interessado em conhecer a cultura do lugar, porque tem varias coisas que estão lá dentro e tal, ou seria melhor ter essas pessoas que querem vivenciar e querem pegar um ônibus e viajar dois dias com pessoas brasileiras para ver o que tem entre São Paulo e Salvador e vou pegar um avião e vou para lá? Pode até ser, mas, eu quero ver o tem, então, eu vou parando, falando, conversando com as pessoas dentro do ônibus, vou trocando informações, então, essa interação, essa parte mais social do turismo também acho que ela é importante nessa abordagem ae. Então, por exemplo, acho que tem os países Europeus, tem o Canadá que tem uma cultura de viagem, os países Europeus no norte e eu acho que está bem assim, de país receptivo para esse segmento de viagem, acho que a Austrália e a Nova Zelândia, estão na frente.

Pergunta: Você acredita que a implantação dos *hostels* pode mudar o entorno?

Resposta: Olha, a gente está falando tudo positivo, mas, já tem alguns estudos que falam que nem tudo é assim como a gente está falando, então, será que os mochileiros, os *backpackers*, os alberguistas, eles são mais conscientes ambientalmente? Não sei, não tenho esses dados. Será que os albergues são um meio de hospedagem ambientalmente favorável para um destino do que um hotel? Não sei,

então, como tem essa questão cada vez mais abordada por tudo, então, mesmo as redes daqui para frente, bom, eu vou construir um prédio do nada eu vou construir observando essa questão social, ambiental, do entorno e tal. Lógico que eu estou falando talvez que essas redes tem um poder aquisitivo muito maior, provavelmente, o impacto que eles irão gerar será muito maior, mas tem condições de ah, quantas pessoas vão trabalhar num meio de hospedagem, talvez centenas, então, eu tenho a possibilidade de treinar essas pessoas locais para fazer isso ou não? No albergue, a gente tem outras considerações, normalmente quem é dono de um albergue? Normalmente, se nós estamos falando aqui no Brasil é um brasileiro que está abrindo um pequeno negócio, então esse dinheiro vai ficar aqui, a rede internacional não vai mandar lá para fora, mas, esse pequeno meio de hospedagem não demanda de muitos funcionários, então, quantos funcionários que eu vou conseguir tratar aqui que moram aqui na comunidade, então, poucos, então, vai ter um impacto menor. Eu acho que cada vez mais, o dono de um albergue, imagino eu, dos que eu conheço, lógico que todo mundo quer montar o seu negócio e viver disso e ter uma recompensa financeira, mas, o cara que montar um albergue, ele está pensando vou fazer aqui o máximo para eu conseguir uma devolução, um retorno financeiro gigantesco e os caras vão ter um serviço de qualidade mínimo porque eu quero ganhar mais dinheiro. Eu acho que não, a maior parte já tem esse espírito de ah, eu quero montar um negócio e sobreviver desse negócio e é isso que eu quero fazer, mas, eu estou montando esse negócio de albergue porque eu quero conviver com essas pessoas, eu quero trocar informações, eu quero absorver conhecimento, trocar experiências com essas pessoas também. Então, eu imagino que eles vão cuidar sim do entorno, de pensar assim como eu diminuo isso e quando a gente pensa numa cidade maior, então, eu vou abrir um albergue lá em Salvador ou aqui em São Paulo, como é que você vai melhorar o entorno da Vila Madalena, qual a sua, é muito complicado fazer isso, mas quando você está falando eu vou um Albergue lá em São Miguel do Gostoso, lá no Rio Grande do Norte, ok! Dae é um pouco diferente, você vai estar numa comunidade carente, onde as pessoas estão trabalhando por perto, então, eu acho que tem possibilidades, então, só para fechar isso, essa é uma questão que todo mundo vai ter que pensar daqui para a frente, grandes meios de hospedagem, de redes internacionais, pequeno ou de uma família, cada vez mais você vai ter, essa é uma questão que não tem como você dizer eu não vou mais pensar no meio ambiente, não, você vai fazer isso. Então, a gente

estava falando das normas lá, então, hoje a gente tem a ISO que trata das questões ambientais, mas, está saindo agora, está nas últimas discussões para sair a ISO 26.000 que vai tratar das questões sociais, então, isso, quem quiser ter qualidade vai ter que fazer, ter que entrar nessas questões, então, a gente está falando por exemplo que eu tinha abordado que a grande parte do emissivo são originários dos norte da Europa, então, da Suécia, Alemanha, Dinamarca, então, onde estão as pessoas mais conscientes dessa questão ambiental? Então, se essas pessoas gostam de viajar desse estilo, vão para esses meios de hospedagem, isso vai, essa questão ambiental, social, da sustentabilidade, econômica, vai entrar nos critérios da escolha desse meio de hospedagem, então, cada vez mais isso vai ser cobrado, então, acho que isso é uma coisa que veio para ficar e não tem volta não.

ANEXO 3 – ENTREVISTA PRAÇA DA ARVORE *HOSTEL*

Entrevista realizada no Praça da Árvore *Hostel* no dia 30 de Junho de 2010, com a gerente Sra. Salete Quintana.

Pergunta: Qual é a estrutura física do Praça da Árvore *Hostel*?

Resposta: Nós temos na entrada a recepção, duas salas de convívio, uma com computadores, uma cozinha coletiva que fica disponível para os hóspedes das 07:00 hrs as 23:00 hrs, depois nós temos uma área que servimos café e depois uma outra área de convívio também com espaço para jogar sinuca e esse é um espaço que os hóspedes gostam bastante e costumam ficar bastante lá. Depois nós temos os quartos, na área de cima 04 quartos coletivos, femininos e masculinos, nós não temos quartos mistos e quartos quádruplos e duplos e depois na parte de baixo nós temos mais quartos coletivos e privativos e temos o estacionamento.

Pergunta: Como é o organograma do Praça da Árvore *Hostel*?

Resposta: Nós temos o proprietário que costuma ser bem presente, depois a gerência, depois quatro funcionários (recepcionista), sendo três fixos e um fogueiro e temos duas camareiras que cuidam do café e da limpeza dos quartos que é feita diariamente.

Pergunta: Qual é o diferencial do Praça da Árvore *Hostel*?

Resposta: Por ser o albergue mais antigo de São Paulo, a gente já trás um respaldo bem bacana e nós somos muito abertos a isso. Todos que abrem e vem nos pedir informações a gente quer mesmo que ajudar. Um outro diferencial nosso é o atendimento diferenciado e específico, quando um hospede faz a reserva já no atendimento a gente faz questão de mostrar que o Praça vai recebê-lo bem, então, dando informações ele e oferecendo todo o tipo de ajuda, quando ele chega ele recebe mapas da cidade e informações sobre baladas, informações culturais, de exposições que estão acontecendo, de como se locomover e andar melhor em São Paulo e uma das nossas particularidades é fazer que os hóspedes permaneçam mais tempo na cidade de São Paulo, indiferente se ele vai ficar conosco ou não, não tenha aquela visão de que São Paulo é só um ponto de chegada ou de partida, ele acaba chegando de Guarulhos e vem de Guarulhos e fica um dia em São Paulo e depois vai para o resto do Brasil, então a gente tenta mostrar que São Paulo é mais do que imagem que eles tem de que é uma cidade só de passagem e que São Paulo tem muitas coisas interessantes para fazer.

Pergunta: Como o Praça da Árvore *Hostel* se comunica com os hóspedes?

Resposta: A gente tem o nosso site, o site da *Hostelling International*, que um portal divulgando todos os *hostels* porque é intenção da *Hostelling* é essa divulgação mútua, não é somente os de São Paulo, mas a gente divulga os que tem no estado de São Paulo ou em todo o Brasil, então é um trabalho feito em conjunto e a gente na saída, a sempre pedimos que o hóspede deixe a sua opinião, sendo boa ou não a gente quer saber para caso seja ruim a gente possa melhorar e se for boa a gente passa para a equipe dizendo que o trabalho está sendo bem feito.

Pergunta: Quais são as tarifas praticadas no Praça da Árvore *Hostel*?

Resposta: Nós temos tarifas em quartos coletivos que chegam a R\$32,00 para associados e é importante dizer que a gente incentiva sempre que eles façam a carteirinha e que utilizem isso no resto do Brasil, o estrangeiro principalmente que vai conhecer, chegando aqui a gente incentiva que ele faça para que ele possa, além de oferecer um preço melhor ele possa fazer isso disso em outros lugares. Então R\$38,00

para quartos coletivos para quem não tem a carteirinha, R\$60,00 para quartos privativos para quem não tem a carteirinha da HI e R\$50,00 para quem já possui.

Pergunta: Quais são as atividades promovidas pelo Praça da Árvore Hostel?

Resposta: Fixas, nós temos terças, quintas e sábados, nós temos jantares que visam justamente integrar o pessoal que chega e que não conhece ninguém e quem vem com amigos e tenta se integrar, então, a gente promove nas terças-feiras a noite das massas e quinta-feira a gente faz algum evento, procurando saber qual o perfil do hospede que nós temos e mudamos, mas, é fixo terça, quinta e sábado é o tradicional churrasco e caipirinha.

Pergunta: Quais são as maiores dificuldades enfrentadas pelo Praça da Árvore Hostel?

Resposta: A nossa maior dificuldade hoje é, sem dúvida, a localização. Embora a gente trabalhe nisso divulgando que estamos próximos a estação Praça da Árvore do metrô, mas a gente sabe que aqui em São Paulo, estar próximo é estar com 70% do caminho andado e a gente já esteve e foi muito bom, mas hoje, estar próximo não é estar ao lado, então é essa nossa maior dificuldade.

Pergunta: Há algum programa de aperfeiçoamento e treinamento para os colaboradores do Praça da Árvore Hostel?

Resposta: Os nossos recepcionistas, a gente costuma fazer uma troca, como o proprietário desse *hostel* tem outros *hostels*, a gente faz essa troca e esse treinamento, então, ele passa uma semana aqui, outra semana no Guarujá, então ele acaba fazendo uma reciclagem e tendo uma outra visão do mesmo trabalho

Pergunta: Qual é o perfil dos hóspedes do Praça da Árvore Hostel?

Resposta: O nosso perfil é sem dúvida de *backpackers*, são mochileiros que vêm e vêm com esse intuito de se hospedarem num *hostel* e de conhecer pessoas, não é um perfil tradicional de hotelaria e a gente busca pegar esse hóspede, mas, também estamos abrindo leques para brasileiros, pessoas que nunca se hospedaram e tem idéia de que *hostel* ou albergue é aquilo que hospeda gente de rua, então, a gente diariamente mudar essa imagem.

Pergunta: Qual a diferença entre trabalhar num meio de hospedagem filiado a uma grande rede como a *hostelling International* e trabalhar num meio de hospedagem não filiado a uma grande rede?

Resposta: Eu acho que é a busca do aperfeiçoamento no atendimento. A *Hostelling International* preza muito por isso e para você ter uma idéia, para você ter o selo da *Hostelling*, eles verificam se você cumpre alguns itens para ver se você tem a possibilidade ou não de ter um HI, mas, a gente trabalha diariamente buscando o aperfeiçoamento. Eu acho que no setor tradicional de hotelaria, há esse distanciamento: o *hostel*, a recepção e o hóspede e aqui é justamente o contrário, a gente tenta de uma maneira muito leve, sem invadir a privacidade do hóspede, mas a gente tenta aproximar e trazê-lo para que ele interaja durante a hospedagem dele.

Muito obrigado pela oportunidade.

ANEXO 4 – ENTREVISTA SAO PAULO HOSTEL

Wanderlei Gomes Filho

Hoje é 30 de Junho de 2010 e eu estou aqui no São Paulo Hostel com o Sr. Aníbal Silva que é funcionário do São Paulo Hostel.

Pergunta: Qual é a estrutura física do São Paulo Hostel?

Resposta: Nós somos o maior *hostel* da região e de São Paulo principalmente. Nós temos aproximadamente 146 leitos, com apartamentos, coletivos, triplos, individuais. Nós somos o *hostel* que oferece a maior variedade de acomodação. Nós temos lá embaixo, próximo a recepção um cyber, que é oferecido aos hóspedes, temos aqui também a cozinha coletiva para os hóspedes que eles podem utilizar sem limite de horas e à vontade, temos a área comum que fica próximo a cozinha. Esse é o único *hostel* que oferece banheiro privativo em todos os quartos e isso é interessante, porque os hóspedes ligam bastante perguntando se tem banheiro dentro, se tem privacidade e apesar ter uma procura muito grande, nós temos, essa parte de ter isso cômodo.

Pergunta: Como está estruturado o organograma do São Paulo Hostel?

Resposta: Nós temos a recepção onde fica o supervisor de recepção, os recepcionistas, temos também a gerência e a sub-gerência também que ficam próximo ali, tem a parte das camareiras que ficam interligadas com a recepção, a gerência e tudo isso e tem a manutenção que tem um rapaz aqui que cuida de toda a manutenção do São Paulo Hostel.

Pergunta: Como o São Paulo Hostel se comunica com os seus hóspedes?

Resposta: Através do site, também temos relatórios de pesquisas, satisfação e controle de satisfação que é realizado aqui no próprio *hostel*, onde, no café da manhã eles podem responder o que eles acharam do São Paulo *Hostel* e dão sugestões e lá mesmo na recepção a gente recebe emails dizendo que estão satisfeitos com o nosso trabalho e isso é muito bom e gratificante para a gente.

Pergunta: Qual é o diferencial do São Paulo Hostel em relação aos outros *Hostels* da rede *Hi Hostel* da cidade de São Paulo?

Resposta: O principal diferencial é que estamos localizados no centro da cidade e que estamos próximos aos principais centros históricos, principais centros de compras, centros turísticos e também a disponibilidade de apartamentos, onde, nós temos mais tipos de apartamentos disponíveis para os hóspedes e que eles podem escolher, diferente de alguns outros *hostels* que não tem tantas possibilidades de acomodações que a gente tem e como eu disse antes, toda a infra-estrutura turística de São Paulo que está próxima aqui da região.

Pergunta: Quais são as tarifas praticas pelo São Paulo Hostel?

Resposta: Nós temos apartamentos duplos que a tarifa custa R\$92,00, o duplo máster e o duplo *stander* e a diferença entre eles está na reforma do apartamento, tem os valores com descontos com o cartão *Hi Card*, que é o cartão de alberguista, que sai R\$76,00 o *stander* e R\$80,00 o máster. Tem também coletivos de 07 camas, coletivos de 04 camas, que também servem como familiares. O coletivo de 07 camas custa R\$41,00, sem a carteirinha e com a carteirinha custa R\$33,00. O coletivo de 04 camas sai R\$43,00 sem a carteirinha e com a carteirinha sai R\$35,00 e ainda temos apartamentos individuais com duas configurações que é o máster e o *stander* que a diferença entre eles está no tamanho do apartamento, que o máster tem a cama de

casal e o *stander* tem a cama de solteiro e a cama é bem menor, onde o máster custa R\$78,00 sem a carteirinha e com a carteirinha custa R\$66,00 e o *stander* custa R\$69,00 sem a carteirinha e com a carteirinha R\$57,00.

Pergunta: Quais são as atividades promovidas pelo São Paulo Hostel?

Resposta: Geralmente nós temos algumas atividades que são oferecidas para eles e que fica lá na recepção, temos mapas informando quais são os principais pontos turísticos que eles podem usufruir. No final de semana tem um churrasco que é uma parte da integração entre os hóspedes que vem aqui e como estamos num *hostel* muito grande, as vezes é difícil eles se encontrarem e isso é uma parte da integração entre os hóspedes para que eles se divirtam um pouco mais aqui conosco e também o que nós podemos fazer em relação ao que São Paulo pode oferecer, nós estamos lá para ajudá-los.

Pergunta: Quais são as maiores dificuldades enfrentadas pelo São Paulo Hostel?

Resposta: Os hóspedes reclamam da questão da segurança, apesar de estarmos localizados no centro da cidade, de estarmos perto de tudo, tem a questão da violência, que estamos em São Paulo, que é uma cidade muito grande e que eles ficam com medo, pensando: nossa, estou em São Paulo, será que vou ser assaltado ou coisa do tipo? Então a gente tem que vencer essa barreira e mostrar para ele que apesar de estarmos numa cidade com mais de 17 milhões de habitantes, precisa ter cuidado, mas nós temos a segurança 24hrs aqui, e que eles andem realmente com cuidado onde quer que eles forem, mas, isso se torna uma barreira para as pessoas quando eles estão aqui para São Paulo e se hospedam conosco. Em relação aos nossos colaboradores, nós estamos sempre procurando treiná-los e mostrar o que está acontecendo, para passar essa maior segurança para os hóspedes, para eles saberem que eles estão aqui e que ele pode ser ajudado no que ele precisar.

Pergunta: Há algum programa de treinamento e aperfeiçoamento para os colaboradores?

Resposta: Todo mês nós temos uma reunião com a nossa gerencia, onde, ela explica todos os fatos que estão acontecendo, o que esta melhorando, ou o que precisa melhorar e a gente utiliza isso como base para o aprimoramento e perfeição no

atendimento aos hóspedes. Todas as informações de sugestões que os hóspedes falam e que deixam escrito, nesse reunião eles passam para a gente e passam os pontos positivos e negativos e o que precisar ser melhorado e o que está bom e deve permanecer. Então, tudo isso é feito nessa reunião mensal com todos os colaboradores.

Pergunta: Qual é o perfil do hóspedes do São Paulo *Hostel*?

Resposta: A maioria dos nossos hóspedes, dependendo da época, são europeus (maioria de alemães), temos também bastante irlandeses, ingleses, no início do ano, Janeiro, Fevereiro e um pouco em Março. Já no mês de Abril, Maio e Junho são mais de brasileiros de varias partes do Brasil e Sul-americanos vem também, principalmente da Argentina.

Pergunta: Qual a diferença de trabalhar num *hostel* e um hotel tradicional?

Resposta: A diferença é que o *hostel* é mais informal que o Hotel. O público do *hostel*, é mais “descolado” em relação ao público do hotel. A intenção do *hostel* é uma integração entre as pessoas de várias partes do mundo, que eles venham, se conheçam e aproveitem pagando menos e se divertindo mais. É saber mostrar a esse público jovem o que eles podem fazer, como eles podem se divertir e podem usufruir mais do lugar onde eles estão.

Obrigado pela oportunidade.

ANEXO 5 – ENTREVISTA SAMPA HOSTEL

Entrevista realizada no Sampa Hostel no dia 30 de Junho de 2010 com a gerente/proprietária Sra. Déborah Cavalieri.

Pergunta: Qual é a estrutura física atual do Sampa Hostel?

Resposta: O Sampa Hostel é um *hostel* pequeno para os padrões da HI. É um *hostel* de 30 leitos apenas e os 30 leitos se encontram em 05 quartos e desse 05 quartos, 03 deles são coletivos e 02 são desde individual ou até uma família ou um grupo de até 04 pessoas. Nós estamos reformando e fazendo mais 01 quarto de casal e fora isso nós

temos uma cozinha coletiva, uma área de convivência com churrasqueira, rede, super gostosa, com um jardim bem grande, 01 sala de TV com área para internet e jogos também e tem uma mini-quadra que o pessoal tenta um futebol.

Pergunta: Como é o organograma do Sampa Hostel?

Resposta: Sou eu e a minha sócia que somos as proprietárias e eu atuo também como gerente e depois nós temos os 03 recepcionistas e o pessoal de copa e limpeza.

Pergunta: Como o Sampa Hostel se comunica com seus clientes?

Resposta: Fora a recepção, onde eu estou sempre presente e eu converso muito com os meus hóspedes para receber críticas, sugestões, então, eu não sou muito burocrática com isso não. Eu prefiro conversar com eles e fora isso eu tenho um *Guest Book*, que fica na recepção e eles escrevem mensagens e essas coisas. A gente sempre manda um email após a estadia do hóspede, para saber se ele gostou, como foi etc. Fora isso tem os *reviews* de site de revista onde a gente está sempre respondendo e *emails* e tem também a caixinha de sugestões.

Pergunta: Qual é o diferencial do Sampa Hostel?

Resposta: Eu considero hoje o nosso diferencial o atendimento, porque, na estrutura, nossa estrutura é bem bacana, mas, estrutura é algo que qualquer um pode copiar ou pode melhorar com uma reforma e hoje eu acho que o nosso atendimento é muito bacana, muito elogiado e nós já até recebemos prêmios que estão aqui expostos, de sites internacionais. Todo *staff* é bilíngüe e o *staff* até aqui para ajudar em qualquer coisa, desde até uma dúvida, não sei, tudo. Eu acho que o nosso atendimento hoje no Sampa Hostel é o nosso principal diferencial que a gente se destaca.

Pergunta: Quais são as tarifas praticas hoje no Sampa Hostel?

Resposta: A gente tem tarifa desde R\$36,00 no quarto coletivo com o desconto da HI até R\$100,00 que é o quarto de casal e entre esses dois valores existem outros que dependem do perfil, se vai fechar quarto ou não, se tem banheiro ou não, mas, a nossa tarifa média hoje está em R\$40,00.

Pergunta: Quais atividades o Sampa Hostel promove para os *Backpackers*?

Resposta: Fora os churrascos, as caipirinhas. Bom, a Vila Madalena está numa região muito bacana, tanto para sair a noite quanto para sair durante o dia, então, geralmente a gente faz um “esquentar” aqui no Sampa que é super informal, onde tem uma galera que dia: Vamos fazer uma caipirinha? Vamos, aí nós ensinamos a fazer a caipirinha ou pede uma pizza, ou faz um churrasco e isso não é muito programado, as vezes a gente faz uma semana inteira, se os hóspedes pedem, as vezes a gente pula alguns dias, depende, ou a gente faz feijoada, a gente faz de tudo aqui, mas, é sempre tentando integrar, sugerindo passeios durante o dia e é sempre muito agitado.

Pergunta: Quais são as maiores dificuldades enfrentadas pelo Sampa Hostel?

Resposta: Bom, a primeira administrativa interna com relação ao *hostel* é em relação aos funcionários e isso não é um problema do Sampa Hostel, é um problema um pouco generalizado nesse mercado de *hostel*, que é a troca muito grande de funcionários que são pessoas novas e resolvem passar 06 meses em Londres e resolve mudar, então essa é uma dificuldade que a gente enfrenta e a outra é com relação aos hóspedes, apesar de *hostel* ser um conceito muito antigo, no Brasil ele ainda está caminhando, então, as vezes a gente tem um pouco de dificuldade, mas com os brasileiros, de mostrar o que é um *hostel*, de mostrar o que é essa cultura de dividir um quarto coletivo com 06, dividir um banheiro e isso as vezes é um pouco estranho para o brasileiro, que está acostumado com uma cultura de pousadas, então, todo dia a gente lida com isso, onde as pessoas ligam e perguntam se é um hotel, se é uma pousada e quando eu falo que é um *hostel* elas pergunta: Como assim? Então, todo dia tem uma situação que envolve uma explicação ou uma apresentação, alguém que vem conhecer e disse que viu a placa escrito *hostel* e eu vim aqui para saber o que é isso e isso acaba dando muito trabalho e demanda muita energia de toda a equipe para fazer esse trabalho de fazer e mostrar o que é um *hostel*.

Deborah, há algum programa de treinamento para os seus funcionários?

Resposta: Eu mesmo que dou o treinamento para todos os funcionários. Todos os funcionários treinam em todos os horários, independente do turno que eles irão pegar e além de treinar comigo, eles sempre treinam com os outros funcionários, para ver a importância de todos os turnos, de trabalhar em equipe. Posso dizer que um

treinamento específico não temos, mas, que eles são muito bem treinados antes de começar a trabalhar aqui.

Pergunta: Qual é o perfil do hóspedes do Sampa Hostel?

Resposta: Atualmente eu tenho 80% de estrangeiros e desse 80% eu diria que a maioria é mochileiro. Eu recebo, o meu top 3 é a Inglaterra, Alemanha e França, é o *backpacker*, é o hóspede que vem para São Paulo, ou ele chega no Brasil ou ele está indo embora do Brasil. A média de diária é de 03 dias que é uma média boa para São Paulo, porque ele está na Vila Madalena e vai curtir a noite, ele vai acordar de ressaca e vai perder mais uma diária e tem aqui o clima de amizade, de sair todo mundo junto, então isso favorece que ele acabe ficando um pouco mais, mas, eu diria que o meu perfil é mesmo o de *backpacker* estrangeiro.

Pergunta: Qual é a diferença entre administrar um *hostel* e um hotel?

Resposta: Eu nunca administrei um hotel, mas administrar um *hostel* é muito gostoso e eu acho que a principal diferença é a informalidade. Num *hostel*, o hóspede para aqui na recepção e a gente conversa, a gente junta os funcionários e sai junto numa balada, o trata também é diferente e você não tem o pois não senhor, pois não senhora, que num hotel é extremamente necessário e aqui não, a gente é mais um colega dele aqui em São Paulo, é um braço dele na cidade de São Paulo, e é uma relação muito mais informal e muito mais tranquila.

**ANEXO 6 – TABELA PARA CALCULO DE
PORCENTAGEM DA AMOSTRA OBTIDA NO 5º SALAO
DO TURISMO NA CIDADE DE SAO PAULO**

1	1%	31	28%	61	54%	91	81%
2	2%	32	29%	62	55%	92	82%
3	3%	33	29%	63	56%	93	83%
4	4%	34	30%	64	57%	94	84%
5	5%	35	31%	65	58%	95	85%
6	5%	36	32%	66	59%	96	86%
7	6%	37	33%	67	60%	97	86%
8	7%	38	34%	68	61%	98	87%
9	8%	39	35%	69	62%	99	88%
10	9%	40	36%	70	62%	100	89%
11	10%	41	37%	71	63%	101	90%
12	11%	42	37%	72	64%	102	91%
13	12%	43	38%	73	65%	103	92%
14	13%	44	39%	74	66%	104	93%
15	13%	45	40%	75	67%	105	94%
16	14%	46	41%	76	68%	106	94%
17	15%	47	42%	77	69%	107	95%
18	16%	48	43%	78	70%	108	96%
19	17%	49	44%	79	70%	109	97%
20	18%	50	45%	80	71%	110	98%
21	19%	51	46%	81	72%	111	99%
22	20%	52	46%	82	73%	112	100%
23	21%	53	47%	83	74%		
24	21%	54	48%	84	75%		
25	22%	55	49%	85	76%		
26	23%	56	50%	86	77%		
27	24%	57	51%	87	78%		
28	25%	58	52%	88	78%		
29	26%	59	53%	89	79%		
30	27%	60	54%	90	80%		

**ANEXO 7 – DEMONSTRATIVO GERAL DA REDE *HI*
HOSTEL BRASIL NO ANO DE 2009, FORNECIDO PELA
APAJ-SP.**

Albergue da Juventude	PERNOITE NACIONAL	PERNOITE INTERNACIONAL	PERNOITE TOTAL	HÓSPEDE NACIONAL MASCULINO	HÓSPEDE NACIONAL FEMININO	HÓSPEDE NACIONAL NÃO ALBERGUISTA	HÓSPEDE NACIONAL TOTAL	HÓSPEDE INTER. NACIONAL MASCULINO	HÓSPEDE INTER. NACIONAL FEMININO	HÓSPEDE INTER. NACIONAL NÃO ALBERGUISTA	HÓSPEDE INTER. NACIONAL TOTAL	TOTAL GERAL HÓSPEDES
AMAZONAS	212	162	374	70	106	181	357	31	41	64	136	493
MANAUS	2162	5631	7793	146	123	448	717	337	276	2000	2613	3330
Total do estado AM	2374	5793	8167	216	229	629	1074	368	317	2064	2749	3823
ARRAIAL DA AJUDA	6721	4161	10882	3243	3187	387	6817	2030	1803	328	4161	10978
BARRA	13386	9878	23264	611	746	1292	2649	397	608	814	1819	4468
CHAPADA	1879	1622	3501	112	113	323	548	109	113	428	650	1198
DO PORTO	3626	6180	9806	188	223	504	915	232	210	1031	1473	2388
FAZENDA TOROROMBA	478	192	670	44	76	94	214	20	18	55	93	307
IMBASSAÍ	624	781	1405	30	34	195	259	33	21	203	257	516
ITACARÉ	2761	2459	5220	188	236	396	820	165	158	401	724	1544
LARANJEIRAS	3396	7396	10792	387	381	402	1170	1024	915	906	2845	4015
MARACÁIA	3129	301	3430	130	187	546	863	12	16	52	80	943
MORRO DE SÃO	1467	625	2092	118	72	189	379	50	42	115	207	586

PAULO												
PRAIA DO FORTE	4418	2606	7024	94	198	675	967	49	34	551	634	1601
Total do estado BA	41885	36201	78086	5145	5453	5003	15601	4121	3938	4884	12943	28544
JERI BRASIL	681	430	1111	95	99	29	223	59	37	35	131	354
Total do estado CE	681	430	1111	95	99	29	223	59	37	35	131	354
DE BRASILIA	1805	374	2179	60	21	767	848	33	12	166	211	1059
Total do estado DF	1805	374	2179	60	21	767	848	33	12	166	211	1059
SOLAR DAS PEDRAS	3411	2168	5579	255	248	650	1153	207	225	712	1144	2297
Total do estado MA	3411	2168	5579	255	248	650	1153	207	225	712	1144	2297
BRUMAS	4329	1744	6073	185	207	1839	2231	114	135	617	866	3097
CHALÉ MINEIRO	2813	335	3148	170	114	674	958	30	25	102	157	1115
DIAMANTINA	40	5	45	4	3	12	19	0	1	1	2	21
MARIANA	2932	73	3005	338	421	2144	2903	8	6	91	105	3008
QUERÊNCIA	1005	27	1032	91	89	342	522	0	0	14	14	536

TABULEIRO	1653	61	1714	207	179	1297	1683	10	12	39	61	1744
VILA	707	83	790	55	64	239	358	8	10	25	43	401
Total do estado MG	13479	2328	15807	1050	1077	6547	8674	170	189	889	1248	9922
BONITO	9704	9550	19254	77	87	1989	2153	225	163	3090	3478	5631
Total do estado MS	9704	9550	19254	77	87	1989	2153	225	163	3090	3478	5631
PORTAL DO PANTANAL	602	228	830	66	52	166	284	13	19	71	103	387
Total do estado MT	602	228	830	66	52	166	284	13	19	71	103	387
AMAZÔNIA	167	479	646	6	11	30	47	18	22	88	128	175
Total do estado PA	167	479	646	6	11	30	47	18	22	88	128	175
DO INGLÊS	3697	333	4030	64	72	1595	1731	19	22	97	138	1869
MANAIRA	7389	989	8378	418	413	626	1457	82	39	145	266	1723
Total do estado PB	11086	1322	12408	482	485	2221	3188	101	61	242	404	3592

A CASA BRANCA	3985	760	4745	362	388	586	1336	84	67	157	308	1644
BOA VIAGEM	4699	1406	6105	574	521	509	1604	155	109	335	599	2203
DE OLINDA	3226	3937	7163	128	115	1062	1305	196	167	963	1326	2631
Total do estado PE	11910	6103	18013	1064	1024	2157	4245	435	343	1455	2233	6478
ALÊ FRIBURGO	1307	182	1489	23	32	740	795	0	0	48	48	843
BEIRA MAR	1223	20	1243	1	11	606	618	0	0	9	9	627
CONTINENTE	296	91	387	22	17	276	315	21	28	57	106	421
CURITIBA ECO	4941	1473	6414	527	423	1486	2436	182	40	631	853	3289
GUARATUBA	576	0	576	350	258	111	719	0	0	0	0	719
PAUDIMAR	5097	10580	15677	265	237	2046	2548	285	309	4569	5163	7711
PAUDIMAR FALLS	2031	4947	6978	54	27	486	567	133	66	2000	2199	2766
ROMA	4604	1926	6530	165	439	957	1561	148	203	413	764	2325
ZORRO	2557	2436	4993	101	86	849	1036	156	126	544	826	1862
Total do estado PR	22632	21655	44287	1508	1530	7557	10595	925	772	8271	9968	20563
BUZIOS	1390	850	2240	109	117	325	551	63	47	170	280	831
BUZIOS CENTRAL	681	190	871	18	33	232	283	3	2	63	68	351
CASA DO RIO	5014	5462	10476	338	598	1091	2027	250	352	1837	2439	4466
CIDADE MARAVIL	1909	1147	3056	83	90	422	595	56	60	209	325	920

HOSA												
MARINA DOS ANJOS	1585	1488	3073	86	94	453	633	68	58	393	519	1152
NA TOCA	927	0	927	49	66	296	411	0	0	0	0	411
PERÓ	1589	522	2111	152	238	169	559	47	47	109	203	762
RIO ROCKER S	2903	2754	5657	338	296	337	971	263	212	409	884	1855
Total do estado RJ	15998	12413	28411	1173	1532	3325	6030	750	778	3190	4718	10748
LUA CHEIA	8114	2206	10320	704	841	434	1979	325	187	434	946	2925
PIPA HOSTEL	2858	4119	6977	393	405	249	1047	271	248	384	903	1950
VERDES MARES	2773	847	3620	266	275	133	674	106	91	89	286	960
Total do estado RN	13745	7172	20917	1363	1521	816	3700	702	526	907	2135	5835
BOM PASTOR	12557	201	12758	2743	3043	731	6517	28	37	12	77	6594
GRAMAD O	5895	165	6060	623	733	601	1957	15	17	29	61	2018
POUSAD A DAS MISSÕE S	4143	832	4975	270	226	3814	4310	21	20	745	786	5096
Total do estado RS	22595	1198	23793	3636	4002	5146	12784	64	74	786	924	13708
CANASVI EIRAS	2131	1355	3486	194	138	212	544	120	79	88	287	831

ILHA DE SANTA CATARINA	3996	1980	5976	356	279	419	1054	186	155	129	470	1524
JOINVILLE	1035	128	1163	72	48	174	294	10	3	23	36	330
PRAIA DO FERRUGEM	523	125	648	56	90	0	146	8	15	2	25	171
REZENDE	631	119	750	100	33	219	352	10	14	34	58	410
Total do estado SC	8316	3707	12023	778	588	1024	2390	334	266	276	876	3266
BONNS VENTOS	1287	774	2061	235	379	30	644	98	89	3	190	834
CAMBURI	3304	270	3574	279	353	1036	1668	14	4	96	114	1782
CAMPOS DO JORDÃO	1262	9	1271	45	104	172	321	1	0	4	5	326
CANTO DO SOL	1816	61	1877	88	230	854	1172	1	12	32	45	1217
ESTRELA DA MANHA HOSTEL	1344	7	1351	243	366	525	1134	0	0	5	5	1139
GUARUJÁ	411	129	540	8	14	91	113	8	0	43	51	164
MARESIAS	10730	1821	12551	505	713	3528	4746	53	42	534	629	5375
MOSTEIRO	1087	98	1185	168	153	276	597	9	0	31	40	637
PERUÍBE	1125	3	1128	280	450	137	867	2	1	0	3	870
PRAÇA DA ÁRVORE	6197	4084	10281	350	298	809	1457	243	154	1039	1436	2893
SAMPA HOSTEL	1804	2867	4671	98	58	458	614	144	98	850	1092	1706
SÃO PAULO	11387	7358	18745	1048	541	3027	4616	489	288	2595	3372	7988

TRIBO	3049	996	4045	253	251	904	1408	75	62	296	433	1841
Total do estado SP	44803	18477	63280	3600	3910	11847	19357	1137	750	5528	7415	26772
Total geral do Brasil	225193	129598	354791	20574	21869	49903	92346	9662	8492	32654	50808	143154

ANEXO 8 – RESULTADO DA PESQUISA REALIZADA DURANTE O 5º SALÃO DO TURISMO NA CIDADE DE SÃO PAULO

Resultado da pesquisa

5º Salão do Turismo - São Paulo

Período de 01 a 05 de Junho de 2010.

Total da amostra 112 entrevistados.

Questão 01

Você conhece os albergues da Juventude?

• 15 conheceram através da Faculdade.	13%
• 52 Não conhecem.	46%
• 11 conheceram através da internet.	10%
• 14 conheceram através de amigos.	13%
• 03 conheceram através da TV.	3%
• 03 conheceram através de revista.	3%

Questão 02

Você sabe o que é um *Hostel*?

• 27 entendem como um meio de hospedagem.	24%
• 68 não sabem o que é um hostel.	61%
• 01 entende como assistencialismo.	1%
• 03 entendem como uma casa familiar	3%

Questão 03

Quantas vezes você costuma viajar no Brasil no período de 01 ano?

• 71 pessoas viajam entre 01 e 03 vezes ao ano.	63%
• 25 pessoas viajam entre 04 e 06 vezes ao ano.	22%
• 15 pessoas viajam mais de 06 vezes ao ano.	13%
• 01 pessoa não respondeu a questão.	1%

Questão 04

Nessas viagens você utiliza os serviços dos Hostels?

• 14 entrevistados utilizam a casa de parentes em suas viagens.	13%
• 67 entrevistas não utilizam os hostels em suas viagens.	60%
• 04 entrevistados disseram não ter tido oportunidade.	4%
• 04 entrevistados disseram que a empresa paga hotel.	4%
• 01 entrevistado disse que só utiliza no exterior.	1%
• 01 entrevistado disse que utiliza couch surfing em suas viagens.	1%

Questão 05

Nas viagens internacionais você utiliza os serviços de um albergue da juventude?

• 02 entrevistados disseram utilizar sempre pelo preço.	2%
• 06 entrevistados disseram utilizar as vezes pelo preço, novas amizades e para utilizar a internet.	5%
• 29 entrevistados disseram que nunca viajaram ao exterior.	26%
• 63 entrevistados disseram que não utilizam os hostels no exterior.	56%
• 15 entrevistados disseram que a empresa paga o hotel.	13%
• 04 entrevistados disseram que preferem hotel.	4%

Questão 06

Como você classifica os serviços oferecidos nos albergues da juventude no Brasil?

• 12 entrevistados disseram considerar muito bom e citaram preço, amizade, serviços oferecidos, possibilidade de viajar com amigos os principais intenc.	11%
--	-----

• 24 entrevistados disseram considerar bom e citaram infra-estrutura, serviços oferecidos, novas amizades, atendimento, preço, cordialidade, público jovem, e que os hostels do exterior são melhores.	21%
• 08 entrevistados disseram considerar razoável e citaram localização, serviços oferecidos, falta de padronização e sem organização.	7%
• 03 entrevistados disseram considerar sem qualidade e citaram atendimento.	3%

Questão 07

Como você classifica os serviços oferecidos nos albergues da juventude no exterior?

• 13 entrevistados consideram muito bom e citaram serviços oferecidos, infra-estrutura, preço, cultura alberguista, localização, atendimento, melhor que no Brasil.	12%
• 15 entrevistados consideraram bom e citaram acolhimento, infra-estrutura, melhor que no Brasil, sem flexibilidade no check-out, preço, amizade e localização.	13%

Questão 08

O valor cobrado pelos albergues da juventude é determinante na escolha desse meio de hospedagem?

• 40 entrevistados responderam que sim e citaram o preço, estudante, depende do local, custo x benefício, tempo de viagem, diversificar os gastos e novas amizades.	36%
---	-----

Questão 09

O relacionamento que se estabelece nesses albergues da juventude é determinante no contexto das relações hospitaleiras?

• 44 entrevistado disseram sim e citaram interatividade, aprender outro idioma, estudantes, jovens, confiança, adaptação e preço.	39%
---	-----

Questão 10

Você acredita que o perfil de quem utiliza os albergues está direcionado a um consumidor de turismo mais autêntico?

34 entrevistados disseram que sim e citaram enfrentar os limites, conhecimento, identificação, viajam muito, adaptação, foco, diferente do hotel, conhecer o local, público descolado, busca do novo, compartilhar experiências.	30%
06 entrevistados disseram que não e citaram ter a ver com a idade, todos os públicos, albergue é pobre e não acredito em autenticidade.	5%

Questão 11

Você acredita que no Brasil os albergues da Juventude são reconhecidos como serviços qualificados e essenciais as viagens turísticas ?

08 entrevistados responderam sim e citaram preço, há público, diversificar os gastos, hospedagem marginal.	7%
42 entrevistados responderam não e citaram pouca divulgação, mendigo, sem reconhecimento, albergue não é hotel, imagem negativa, sem qualificação, serviços baratos e melhores opções no nordeste.	37%

Questão 12

Que medidas deveriam ser adotadas no sentido de promover o aumento do numero de albergues nos espaços receptivos no Brasil ?

20 entrevistados responderam: incentivar ações empreendedores.	18%
08 entrevistados responderam: promover linhas de financiamentos para novos empreendimentos.	7%
30 entrevistados responderam: Promover estratégias de incentivos a alojamentos extra-hoteleiros junto a comunidade.	27%
05 entrevistados responderam outros e citaram divulgação, ratificar imagem, investimento do governo.	5%

Questão 13

Quais estratégias devem ser adotadas no sentido de promover esses serviços junto ao publico que viaja ?

20 entrevistados responderam: Campanhas educativas junto as universidades e outros públicos	18%
22 entrevistados responderam: Propaganda institucional, divulgando o segmento	20%
24 entrevistados responderam: Linhas de promoção de viagens econômicas, tendo como base de hospedagem os albergues	21%

20 entrevistados responderam: Criação de passes/pacotes englobando o máximo de serviços, inclusive a utilização dos albergues.	18%
5 entrevistados responderam Outros e citaram conscientização, mochileiros elaboram seus roteiros, divulgação e campanhas.	5%

Questão 14

Como você entende a utilização das redes de relacionamento na divulgação?

37 entrevistados responderam: Fundamental e citaram o acesso a localização, organização, atingir público, conhecer o segmento, conhecimento prévio, troca de informações, divulgação, preço baixo com excelência, amizade, alcance mundial, comunicação, informações, público jovem, ver opiniões, internet é essencial.	33%
16 entrevistados responderam: Relativamente importante e citaram o perfil diferente de turista, preço, comunicação, troca de informações, promover, divulgação, internet é essencial, público jovem, fácil acesso.	14%
0 entrevistado respondeu: Desnecessário.	0%

Questão 15

Você acredita que no Brasil os albergues da Juventude são reconhecidos como serviços qualificados e essenciais as viagens turísticas ?

85 entrevistados responderam Sim e citaram pesquisar passagens aéreas, ver opiniões, elaborar roteiro, melhor meio para pesquisas, promoções, comodidade, facilidade, agilidade, não utiliza agência, informações clima, estrada, comprar passagem e hotel, consultar eventos, atualização, buscar catálogo, organização, mais opções de escolha, praticidade, conhecimento.	76%
26 entrevistados responderam Não e citaram que já sabe o roteiro, usa telefone, pouco ou nenhum acesso a internet, já conhece o lugar, viaja com a família, não viaja, preços promocionais pessoalmente, pessoalmente é mais seguro, os amigos pesquisam, casa de família, viaja pouco, não sente necessidade, se informa com amigos, a	23%

faculdade organiza, usa agência, não gosta de internet, família organiza.	
---	--

Questão 16

Você recomendaria esse modelo de hospedagem a outras pessoas que tem o hábito de viajar no Brasil ou ao exterior?

50 entrevistados responderam: Sim e citaram o custo x benefício, bom preço, economia, novas amizades, para conhecerem, cultural, novas experiências, bacana, legal, conhecer os lugares, diversificar, praticidade, mais alternativo, acessível, dinâmico, muita qualidade, relacionamento entre etnias, interatividade, atendimento, localização, segurança e garantia, diversão, sem muitas regras, ambiente confortável, opção para quem viaja sozinho, interessante, as pessoas devem saber que existem outros modos de hospedagem.	45%
2 entrevistados responderam: Não e citaram que não têm conhecimento.	2%

Questão 17

Como você acredita que o Brasil pode se tornar um destino *backpacker* (mochileiro)?

26 entrevistados responderam: Investindo no segmento.	23%
14 entrevistados responderam: Trabalhando campanhas promocionais nos principais destinos emissivos do mundo.	13%
32 entrevistados responderam: Desenvolvendo uma cultura relacionada a esse segmento junto a sociedade brasileira.	29%
2 entrevistados responderam: Outros e citaram: Agregar essa divulgação nas instituições de ensino do Brasil; política de segurança focada.	2%

Questão 18

Como você entende a utilização desses serviços nos próximos anos, inclusive durante a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 no Brasil?

• 37 entrevistados responderam: Fundamental e citaram uma nova opção, muitos turistas, valor acessível, receptivo, atrai grande demanda, internacionalmente é mais conhecido, economia, barato para curtir com pouco dinheiro, atrai jovens, mixigenação de culturas, ampliar o segmento, para conhecer outras pessoas, aumento de renda, consciência ecológica, pelo fluxo, precisa divulgar, uma alternativa.	33%
• 16 entrevistados responderam: Necessário e citaram redes de hotéis estarão superlotados, serviço que merece reconhecimento, divulgar mais, criação de pacotes, tem público, nicho de mercado interessante, público exterior conheceria mais o Brasil, vivência maior com o turista no Brasil, mais uma forma de hospedagem, crescimento do segmento.	14%
• 1 Entrevistado respondeu: Desnecessário e citou que não procuraria albergue.	1%

Questão 19

Você é filiado a rede mundial de albergues hi hostel?

• 6 entrevistados responderam: Sim, porque tem mais vantagens, é tudo de bom.	5%
• 44 entrevistados responderam: Não, porque falta de tempo, não interessa no momento, viaja pouco, filiado ao Couch Surfing, conhece pouco, não conhece, ainda não usou esse segmento.	39%

Questão 20

Você gostaria de registrar algum comentário sobre os mochileiros ou sobre os albergues da juventude?

• No Brasil, um país com tanta beleza natural, poderia ser mais divulgado este
--

tipo de mercado.