

**O turismo nos Açores e a liberalização do espaço aéreo.  
Análise das perceções das partes interessadas na ilha de São Miguel**

**Janine Viktoria Zsembera - 1302639**

**Mestrado na área de Especialização de Gestão/MBA**

**2017**



**O turismo nos Açores e a liberalização do espaço aéreo  
Análise das perceções das partes interessadas na ilha de São Miguel**

**Janine Viktoria Zsembera - 1302639**

**Mestrado na área de Especialização de Gestão/MBA**

**Dissertação orientada pela Professora Doutora Luísa Cagica Carvalho**

**2017**

“A negative mind will never give you a positive life”

Autor desconhecido

## Resumo

A atividade turística é em todo o mundo uma das maiores indústrias e mais importante motor financeiro e económico. Segundo a *World Tourism Organization*, em 2015, o turismo é das indústrias cujo volume de negócios tem vindo a aumentar sendo mesmo referido que iguala ou supera as exportações de petróleo, produtos alimentares e automóveis, tornando-se uma interveniente chave no comércio internacional e em simultâneo a principal fonte de receita para muitos países em desenvolvimento.

Até ao ano de 2015, o sector da aviação na Região Autónoma dos Açores era caracterizado por uma situação de forte monopólio por parte das únicas duas companhias aéreas que operavam nas rotas domésticas, ou seja, entre o Arquipélago e as cidades de Lisboa e Porto. Do ponto de vista do consumidor, diferenciava-se, principalmente, entre duas tarifas, a residente e a normal. Todo e qualquer cidadão com residência permanente nos Açores viajavam a uma tarifa reduzida. Tarifa esta que do ponto de vista de muitos era ainda cara. Por outro lado, limitava em muito o turismo nacional e o crescimento do mercado português nestas ilhas. Com a liberalização do espaço aéreo e a vinda das companhias de baixo custo, *Ryanair* e *Easyjet*, a situação alterou-se.

Passou-se de uma situação de monopólio com restritas e elevadas tarifas para uma situação de concorrência com tarifas competitivas a nível europeu, apesar de críticos ao assunto não a considerarem uma concorrência leal e perfeita. Contudo, o serviço de transporte aéreo de/para a Região Autónoma dos Açores e o continente português mudou, quer a nível de preço e respetivos serviços associados, quer a nível do produto propriamente dito e aos novos segmentos de mercado a que se dirige.

O presente projeto de investigação incide sobre o estudo do sector do Turismo da Região Autónoma dos Açores, mais precisamente sobre a perceção das partes interessadas relativamente ao impacto das companhias baixo custo na ilha de São Miguel. Este estudo assume particular relevância por ser um fenómeno recente a entrada das companhias de baixo custo nos Açores e ainda por estudar neste território.

Optou-se por uma metodologia exploratória quantitativa, através do recurso a um questionário fechado de perguntas de escolha múltipla, lançado na internet, com uma

amostra de 58 participantes e, por outro lado, uma metodologia qualitativa através do recurso a entrevistas semiestruturadas por pautas. Todos os participantes no estudo apresentavam residência dentro da Região Autónoma dos Açores e, relativamente aos resultados obtidos, verificou-se que na maioria dos participantes, o hábito de viajar, mudou após a chegada das companhias de baixo custo, tendo também mudado o turismo no ponto de vista dos mesmos, nomeadamente o aumento do número de turistas que se tem vindo a verificar dentro da Região, sendo este ponto apresentado como impacto negativo por apenas uma minoria dos participantes.

Palavras-chave: turismo, espaço aéreo, aviação, companhias de baixo custo, Açores

## **Abstract**

Tourism is, all over the world, one of the most important industries and has a very high impact on worldwide finances and economies. According to World Tourism Organization, in 2015, tourism is the industry with the fastest growing trade volume and which is even over rising other industries such as import and export of oil, food and cars, turning it into a key industry when referring to international business and trade, being at the same time one of the most important incomes for developing countries.

Until 2015, air transportation in the Autonomous Region of the Azores faced a strong situation of monopoly as only two airlines were operating on domestic routes between the mainland, Lisbon and Porto, and the Archipelago. From consumer's point of view, there were only two main differences regarding airfares, the so called "resident fare", which was only for passengers that had their main living address on one of the nine islands, and the "normal fare". With other words, each and every passenger that lived on the Azores had access to special reduced rates. This positive point, on one side, had its negative aspect on the other side, as it affected national tourism, excluding all residents on the Portuguese mainland and/or Madeira from having access to these fares. With the liberalization of air space and the arrival of low cost carriers, such as Ryanair and EasyJet, the situation changed.

The scenario went from market characterized by a strong monopoly with restricted and overpriced airfares to a situation of economic competition and competitive air fares among Europe, even if some critics do not consider it a loyal and perfect competition. Nevertheless, air transportation service to/from the archipelago and the mainland changed, on one hand, regarding the price and associated services, as well as, on the other hand, the air service product itself and its new segments on the market to which it refers.

The main goal from this research project will be studying tourism on the Autonomous Region of the Azores, but more precisely how people involved in this economic sector reacted to the liberalization of air space and arrival of low cost carriers, mainly on São Miguel Island. The study assumes high importance as it is a brand new issue and has not been well studied so far.

The study has been based, on one hand, on a quantitative method, collecting data from a survey with multiple choice questions, launched on the internet and counting with a total of 58 participants. On the other hand it was based on a qualitative method, referring to a semi-structured interview and triangulation of collected data. All participants have as their main residence the Azores and, based on the results, the travel habit of each participant changed after the arrival of the low cost carriers, as well as the tourism on the archipelago regarding, for example, the raising number of incoming tourists which has been pointed out as a negative impact by a minority of participants.

Key words: tourism, air space, aviation, low cost carries, Azores

## **Agradecimentos**

**Ao meu melhor amigo e companheiro Lino,**

Pelo apoio incondicional, amizade, amor e compreensão em todas as fases deste mestrado.

**Aos meus grandes amigos e pais Gudrun & Peter,**

Pelo apoio e carinho durante todo o meu percurso universitário

**À minha amiga Alexandra,**

Pela paciência e ajuda incansável

**À Professora Dra. Luísa Cagica Carvalho,**

por ter aceitado orientar-me neste percurso académico e por me ter apoio em todos os momentos

**A todos os professores da Universidade Aberta,**

Que me acompanharam neste mestrado e nesta fase académica.

## Índice

<b>Introdução</b> .....	<b>1</b>
<b>Capítulo 1. O Turismo e a sua importância económica</b> .....	<b>5</b>
1. Definição de turismo .....	6
1.2. Tipologias de turismo .....	8
1.2.1. Tipologias de turismo nos Açores .....	12
1.3. Segmentos de mercado no turismo .....	15
1.3.1. Segmentos de mercado nos Açores .....	18
1.4. Importância económica do turismo no mundo .....	20
1.4.1. Relevância do turismo nos Açores .....	23
<b>Capítulo 2. A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo</b> .....	<b>276</b>
2.1. O processo de liberalização de espaço aéreo e o turismo .....	27
2.2. As companhias de baixo custo, sua definição e breve caracterização .....	31
2.3. A aviação civil e a sua evolução .....	33
<b>Capítulo 3. O transporte aéreo e o turismo nos Açores</b> .....	<b>376</b>
3.1. Caracterização do sistema de transporte antes da liberalização do espaço aéreo dos Açores.....	37
3.1.1. Companhias a operar para São Miguel e seu tráfego antes da liberalização.....	39
3.3 A importância das companhias aéreas para a Região dos Açores .....	44
3.4. O novo sistema de transporte aéreo .....	46
3.4.1. Transporte aéreo, companhias de baixo custo e turismo .....	46
3.4.2. Tráfego e movimento após a liberalização .....	48
<b>Capítulo 4. Metodologia</b> .....	<b>54</b>
4.1 Instrumento Utilizado .....	55
4.2 Seleção dos participantes .....	57
4.3 Delimitação do estudo, questões de investigação e preposições .....	57

<b>Capítulo 5. As mudanças sentidas no cenário pós-liberalização nos Açores .....</b>	<b>610</b>
5.1. A perceção das partes interessadas com base no inquérito realizado .....	61
5.1.2 Consumidores do transporte aéreo .....	61
5.2. A perceção das partes interessadas com base na entrevista realizada .....	75
5.2.1 Diretor de DMC .....	75
5.2.2 Director do Hotel Marina Atlântico .....	77
5.2.2 Funcionário da companhia aérea SATA.....	79
5.3. Discussão dos resultados de ambos e validação das preposições relacionando com a Bibliografia .....	81
<b>Capítulo 6. Conclusão .....</b>	<b>88</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>91</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>97</b>

## Índice de Tabelas

Tabela 1.1 – Segmentação do turismo nos Açores .....	19
Tabela 3.1 – Rotas operadas antes da liberalização .....	39
Tabela 5.1 – Comparação entre a SATA (Azores Airlines) e a <i>Ryanair</i> .....	65

## Índice de Gráficos

Gráfico 1.1 – Contribuição do turismo para o PIB mundial .....	21
Gráfico 1.2 – Contribuição direta da indústria turística e viagens no emprego mundial ...	22
Gráfico 1.3 – Total de proveitos por ilhas no ano de 2014 .....	23
Gráfico 1.4 – Número total de turistas em 2014 por nacionalidades .....	24
Gráfico 2.1 – Número de passageiros registados mundialmente – sua evolução .....	33
Gráfico 3.1 – Número de passageiros registados na RAA em 2013 .....	41
Gráfico 3.2 – Número de passageiros registados na RAA em 2014 .....	42
Gráfico 3.3 – Evolução do desembarque por ilhas entre 2013 e 2014 .....	42
Gráfico 3.4 – Evolução do embarque por ilhas entre 2013 e 2014 .....	43
Gráfico 3.5 – Evolução do número de passageiros por tipo de voo entre 2013 e 2014 .....	44
Gráfico 3.6 – Total de carga registada no ano de 2015 .....	45
Gráfico 3.7 – Número total de aviões na Ilha de São Miguel no ano de 2015 .....	49
Gráfico 3.8 – Evolução do total de passageiros desembarcados entre 2014/2015 .....	50
Gráfico 3.9 – Evolução do total de passageiros desembarcados entre 2014/2015, por ilhas .....	50
Gráfico 3.10 – Evolução do total de passageiros entre 2014/2015, por tipo de voo .....	51
Gráfico 5.1 – Idade dos participantes no questionário .....	61
Gráfico 5.2 – Liberalização do espaço aéreo .....	62
Gráfico 5.3 – Chegada das companhias de baixo custo .....	62
Gráfico 5.4 – Viajou ou/não em companhias de baixo custo de/para São Miguel .....	63
Gráfico 5.5 – Companhias preferidas .....	64

Gráfico 5.6 – Critérios essenciais para a escolha .....	64
Gráfico 5.7 – Perceção (em termos de melhoria) sobre o novo modelo de transporte aéreo .....	67
Gráfico 5.8 – Impacto nas viagens após a liberalização .....	67
Gráfico 5.9 – Perceção sobre mudanças no Turismo na RAA após a liberalização .....	68
Gráfico 5.10 – Perceções pós-liberalização .....	69
Gráfico 5.11 – Pontos positivos da liberalização e da chegada das companhias de baixo custo .....	70
Gráfico 5.12 – Divulgação do destino Açores devido à liberalização e chegada das companhias de baixo custo .....	71
Gráfico 5.13 – Perceção sobre o aumento do número de turistas devido à liberalização ..	72
Gráfico 5.14 – Perceção sobre o aumento da oferta turística .....	73
Gráfico 5.15 – Perceção sobre massificação do destino .....	74
Gráfico 5.16 – Liberalização e oferta de emprego na RAA .....	75

## **Índice de Anexos**

Anexo 1 – Inquérito realizado via online a residentes na RAA

Anexo 2 – Entrevistas realizadas

## Lista de siglas, abreviaturas e acrónimos

AO	Açoriano Oriental
AL	Alojamento Local
ATA	Associação de Turismo dos Açores
ASA	Air Service Agreements
DMC	Destination Management Company
ETC	European Travel Commission
FSC	Full Service Carriers
IATA	International Air Transport Association
KLM	Royal Dutch Airline
LCA	Low Cost Airlines
LCC	Low Cost Carriers
MICE	Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions
OTA	Observatório de Turismo dos Açores
ORT	Observatório Regional do Turismo
PENT	Plano Estratégico Nacional de Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
RAA	Região Autónoma dos Açores
SATA	Companhia de Serviço Açoriano de Transporte Aéreo
SREA	Serviço Regional de Estatística dos Açores
TAP	Companhia de Transporte Aéreo Português
UNWTO	United Nation World Tourism Organization
WTC	World Travel Council
WTO	World Travel Organization

## Introdução

O Arquipélago da Região Autónoma dos Açores é composto por nove ilhas e acredita-se que todas elas, ainda que umas mais do que outras, dependem do turismo como meio de sustentabilidade e de crescimento económico. É certo que o transporte aéreo tem nos Açores um papel ainda mais importante quando comparado com outras regiões turísticas que não são ilhas. Acresce também aqui a problemática dos Açores não terem ligações marítimas para passageiros, estando este Arquipélago fortemente dependente do transporte aéreo para o exterior. Antes da liberalização do espaço aéreo, as principais rotas entre as ilhas e o continente português eram realizadas por apenas duas companhias aéreas, a SATA<sup>1</sup> e a TAP Portugal<sup>2</sup>. Ambas mantiveram durante anos o monopólio na Região, representando ao olhar de muitos um entrave ao desenvolvimento do turismo regional. É neste ponto que é importante salientar o papel mundial do transporte aéreo no desenvolvimento do turismo e da economia, segundo Lukasz Olipra em 2012 (p. 1) *“Air transport in the world in recent years is the fastest growing sector of transport. It is one of the major sectors of the global economy, which generates annually about 413 billion dollars in revenue”* (IATA, 2006).

Em 2015, o espaço aéreo foi liberalizado e duas companhias de baixo custo começaram a operar para São Miguel, nomeadamente a *Ryanair*<sup>3</sup> e a *Easyjet*<sup>4</sup>. Apesar destas companhias aéreas apenas operarem para a maior ilha Açoriana (São Miguel), o impacto fez-se sentir em todo o arquipélago e o modelo de transporte aéreo regional alterou-se por completo. Muitos estudos já foram feitos em todo o mundo sobre a chegada

---

<sup>1</sup> SATA, Sociedade Açoriana de Transportes Aéreos - companhia aérea açoriana fundada no ano de 1941 a fim de combater o isolamento das ilhas, tendo operado o seu primeiro voo no ano de 1947. Hoje em dia conta com mais de 1200 funcionários e opera voos dentro da RAA (Sata Air Açores), território nacional, europeu e americano/canadiano (actual Azores Airlines).

<sup>2</sup> TAP, Transportes Aéreos Portugueses – companhia aérea portuguesa fundada no ano de 1945 operando voos dentro do território português, Europa e continente americano (norte, central e sul).

<sup>3</sup> Ryanair, companhia aérea de baixo custo fundada em 1985, com sede na Irlanda e operações para quase toda a Europa.

<sup>4</sup> Easyjet, companhia aérea de baixo custo fundada em 1995, com sede no Reino Unido e voos dentro da Europa.

das companhias de baixo custo, sua implementação e impacto nas regiões, (Graham e Shaw, 2007; Donzelli, 2010; Alderighi et al. 2012). Na maioria destes estudos, é destacado como ponto positivo o aumento do número de turistas, a entrada de novos mercados turísticos e o combate à sazonalidade, um exemplo concreto reporta-se ao sul de Itália no estudo de Raya-Vilchez e Martínez-Garcia (2011) onde referem que o impacto líquido das companhias de baixo custo na economia local foi de cerca de 14,6 milhões de euros por ano.

Este estudo dará principal ênfase à evolução do turismo nos Açores após a liberalização do espaço aéreo, afirmando-se que quanto maior a concorrência no mercado, melhores serão os preços praticados e maior será o número de turistas a chegar à região, particularmente à ilha de São Miguel. As cinco preposições definidas foram comprovadas através do recurso a um inquérito online e entrevistas dirigidas diretamente a três pessoas que trabalham na área do turismo.

A presente investigação visa compreender, através do recurso a um inquérito aos residentes na RAA, como é que as principais partes interessadas (residentes e empresas ligadas ao turismo) percecionam os resultados obtidos no turismo devido à liberalização do espaço aéreo pela entrada das companhias baixo custo nos Açores, mais precisamente na ilha de São Miguel. É certo que a liberalização do espaço aéreo mudou em muito o turismo local, quer em relação à oferta turística, quer no que diz respeito a fatores sociais como a criação de novos postos de trabalho. Um estudo feito, mostra por exemplo que apesar do forte impacto sentido internacionalmente pela entrada das companhias de baixo custo, a tendência é de maior uso das companhias regulares, (Medina e Selva, 2012, p. 51): *“Los resultados de la investigación permiten afirmar que actualmente el consumo de los usuarios de las compañías tradicionales todavía tiene mayor impacto sobre el PIB que los de las compañías de bajo coste”*. Importa assim compreender como tem evoluído esta realidade nos Açores.

Segundo o Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA em 2016), a região contava, no ano de 2012, com cerca de 9 400 camas, prevendo-se chegar às 15 000 nos próximos anos. Mas, para além das previsões, a abertura do mercado turístico já se fez sentir nos primeiros sete meses do corrente ano. Quando de janeiro a julho de 2014 se registaram 575 416 mil dormidas, no período homólogo de 2015 já se conta com 689 266 mil dormidas.

Para além disso verificou-se nos estabelecimentos hoteleiros um aumento de 20,4% dos proveitos totais e um aumento de 22,3% dos proveitos de aposento, comparado com o mesmo período do ano anterior.

Tal como acima mencionado, a abertura do espaço aéreo e conseqüentemente do mercado turístico fez, desde o início, sentir-se em quase todos os segmentos da atividade turística da região. Passou-se de um mercado de monopólio na aviação local para uma situação de concorrência, a qual fez baixar as tarifas de um modo geral, quer para os residentes, quer para os turistas. Quando antes a média para uma passagem aérea entre o arquipélago e o continente português era de aproximadamente 300 Euros, passamos para o valor máximo de 134 Euros, por pessoa, ida e volta.

Para além destes impactos diretamente ligados ao turismo, verificou-se também um aumento da oferta de postos de trabalho ligados a este sector. Quando antes a maioria dos estudantes de turismo viam-se forçados a ir para o estrangeiro ou a mudar de área, têm agora oportunidade de trabalhar para empresas internacionais como a *Ryanair*. Mas também muitos outros postos de trabalho foram surgindo de modo indireto. Muitas empresas recrutaram mais pessoas para poder dar resposta à procura, por exemplo, nas empresas de aluguer de carros, animação turística e restauração

O aumento da procura promoveu também a criação de muitas novas unidades de alojamento. Para 2016 prevê-se a abertura das primeiras duas unidades de alojamento de cinco estrelas em São Miguel, cada um com mais de 100 quartos. Para além disso, estão em construção várias pequenas unidades hoteleiras e *hostels*<sup>5</sup>, na sua maioria em São Miguel. Este cenário até há pouco tempo atrás era impensável.

A Região Autónoma dos Açores encontrava-se até início do ano de 2015 numa situação económica de monopólio no que diz respeito ao transporte aéreo entre as ilhas e o continente português. A companhia aérea regional, SATA, detinha total poder na prestação do serviço nas rotas entre o Arquipélago e as cidades Lisboa e Porto. A população local não tinha opção de escolha, estando sujeita a pagar as tarifas impostas, as quais variavam,

---

<sup>5</sup> Estrangeirismo, sinónimo de albergue, caracteriza o alojamento a um preço baixo, geralmente em beliches, dormitório e instalações sanitárias partilhadas.

consoante a época do ano, sendo em geral muito elevadas e acima das capacidades económico e financeiras da população. Encontrava-se implementada a chamada “tarifa residente”, que tinha como objetivo beneficiar os cidadãos residentes no Arquipélago nas suas viagens ao continente português. Contudo, a realidade era muitas vezes outra, prejudicando não apenas as pessoas residentes na Região, mas sim também toda a economia e o turismo local. O turismo na região também se encontrava demasiado dependente destas companhias, sendo em geral caras as viagens para este território comparativamente a destinos concorrentes alternativos. Com a abertura do espaço aéreo vive-se um cenário diferente, cenário este que será alvo de estudo desta dissertação, por ser algo novo, inovador e ainda por estudar nesta perspetiva e território.

## **Capítulo 1**

### **O Turismo e a sua importância económica**

## Capítulo 1. O Turismo e a sua importância económica

### 1. Definição de turismo

Viajar esteve sempre nas veias do ser humano, já em tempos primordiais o homem viajava ou deslocava-se de um lugar para outro para encontrar comida ou abrigo. Na antiguidade os romanos e gregos tinham por hábito viajar e conhecer novos lugares em busca de prazer e de relaxamento. As altas elites da sociedade deslocavam-se para fora dos seus lugares habituais de residência para disfrutar dos grandes banhos termais.

Com o passar e evoluir da história humana e com a aquisição de mais, e, cada vez melhores conhecimentos sobre o mundo que nos rodeia, o homem foi desenvolvendo vontade e curiosidade de conhecer e descobrir o desconhecido. Viagens a cidades termais, as primeiras linhas férreas, a primeira travessia do Atlântico, a criação dos primeiros operadores turísticos ou até a criação das primeiras férias em pacote foram passos grandes e importantes em direção a uma atividade económica que hoje em dia é das mais importantes indústrias a nível mundial.

De acordo com Towner (1995) a definição de turismo tem a sua origem numa pequena história que teve lugar na vila de Oxfordshire no ano de 1887. Ano este em que uma menina de apenas onze anos de idade, acompanhada pelo seu irmão, partem para um caminho a pé de aproximadamente 12 quilómetros de distância para passar umas semanas na casa do tio. Este percurso é, certamente, pouco significativo nos nossos dias de hoje, mas, na altura foi o início de uma cultura completamente diferente. Towner (1995) menciona ainda que, o dia em que as crianças chegaram à pequena freguesia, foi um marco importante para as vidas dos habitantes e das próprias crianças. Nada nem ninguém estava preparado para a chegada de pessoas de fora e a visita à mercearia local ou à igreja, tornou-se num evento único.

Um dos maiores passos na história do turismo foi dado por Thomas Cook<sup>6</sup>, que marcou o início do turismo e das excursões turísticas em 1841, ao organizar a primeira excursão, num comboio especial, com mais de 500 pessoas a bordo, ligando Leicester a

---

<sup>6</sup> Empresário inglês, nascido em 1808 e falecido em 1892, foi um dos primeiros agentes de viagens a nível mundial

Loughborough, (segundo consta na página oficial da *Thomas Cook*). Apenas 5 anos depois, Thomas Cook, organiza a primeira viagem à Escócia seguindo-se no ano de 1855 a primeira viagem, atravessando mar, de Harwich para Antuérpia, visitando também cidades como Bruxelas, Frankfurt e Paris. O início do conceito comercial de turismo foi assim dado, seguindo-se um marco histórico atrás do outro. No ano de 1919, *Thomas Cook & Son*, é a primeira agência de viagens a comercializar passagens aéreas de lazer, sendo hoje em dia um dos maiores e mais importantes operadores turísticos a nível mundial. O turismo a partir deste ponto, massifica-se.

De acordo com Castro (2000), a palavra turismo deriva da palavra inglesa *tourism* e tem a sua origem no latim e no grego, sendo que *tour* deriva de *tornare* e *tornus*, respetivamente, significando giro ou círculo. Por outras palavras, a prática de turismo é então todo e qualquer ato em que se parte e regressa posteriormente ao seu ponto inicial.

Segundo a *World Tourism Organization*<sup>7</sup>(2015), Turismo é um fenómeno cultural, social e económico que gera uma movimentação entre pessoas de diferentes países e lugares para fora do seu ambiente habitual, por razões de lazer ou trabalho. Segundo a mesma fonte, toda e qualquer pessoa que pratica turismo é, consoante a sua atividade no destino, classificada como turistas, excursionista, residente ou não residente. Towner (1995, p. 2) proporciona uma visão de turismo ainda muito limitada geograficamente, ao referir que o turismo é visto como “*dispersing geographically ever outwards from its origins in Britain and Western Europe, creating a series of 'pleasure peripheries'*“. Ao longo da história, os motivos que levaram as pessoas a se deslocar para fora do seu meio habitual, foram evoluindo e diversificando, ao ponto que hoje em dia quase qualquer pessoa viaja. De certo modo, pode-se afirmar que o turismo e o conceito de viajar, fazem hoje parte do nosso quotidiano, sendo a sua realização quase normal. Por outro lado, podemos também definir turismo como sendo uma atividade que representa todas as pessoas que viajam para lugares fora da sua residência habitual, permanecendo nestes mesmos lugares por razões de lazer e negócios, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo.

---

<sup>7</sup> A WTO é a associação mundial de turismo criada pelas Nações Unidas a fim de promover de forma responsável e sustentável o acesso ao turismo.

É neste ponto que surge também a questão de como se pode definir a pessoa que pratica turismo, o turista. De uma forma geral, pode-se afirmar que turista é todo o indivíduo ou grupo de pessoas que saem do seu local habitual de residência para realizar uma viagem, dentro ou fora do próprio país. Para além disso, é também caracterizador o fato de todo o turista permanecer longe da sua moradia por um período superior a 24 horas, aproveitando e usando infraestruturas e serviços do respetivo local visitado.

## **1.2. Tipologias de turismo**

Grande parte da população mundial viaja, sendo impensável, a não existência de meios de transporte como o avião, o comboio ou o autocarro. A grande questão que se coloca neste ponto não é de como as pessoas se deslocam, mas sim porquê. Qual a sua motivação para saírem do seu ambiente habitual e irem para um lugar desconhecido? Segundo Tureac e Anca (2008, p. 2) *“The types of tourism are dynamic in time, they vary a lot. The types of tourism presented in a given period are generated by the needs of its objectives, the level of cultural and social facilities and the existing means of transport”*. Esta divisão e caracterização dos diferentes tipos de turismo, tem por base fatores como a razão pela qual a pessoa em questão se desloca, a duração da deslocação e a atividade a realizar no destino, estando a escolha do destino pendente do que este tem para oferecer, tal como referem Tureac e Anca (2008, p. 2) *“in accordance with the purposes, each type of tourism is going towards those areas where the purpose may be achieved either through the potential facilities, either due to the climate or specific traditions of the place.”*

Com base nos pontos supramencionados, conseguiu-se definir os seguintes tipos de turismo:

- ❖ Turismo de Aventura ou Ativo – representa toda a viagem que é realizada com o objetivo de exercer atividades desportivas em comunhão com a natureza;

- ❖ Turismo de Cruzeiros – representa toda a viagem realizada a bordo de um cruzeiro, permanecendo-se, por norma, apenas algumas horas nos destinos, sendo os passageiros deste tipo de turismo designados por excursionistas;
- ❖ Turismo Cultural ou Histórico – representa toda e qualquer viagem realizada a fim de se adquirir novos conhecimentos sobre o destino, sua história, sua cultura e a visita de monumentos ou outros pontos de valor patrimonial;
- ❖ Turismo Doméstico – representa todo o turista que realiza a atividade turística sem sair do seu próprio país, deixando, contudo, o seu lugar habitual de residência;
- ❖ Turismo Gastronómico – representa toda a viagem que é realizada com o objetivo final de conhecer a comida, bebida e receitas típicas da região;
- ❖ Turismo Idiomático – representa toda a viagem que é realizada com a finalidade de conhecer e aprender um idioma novo;
- ❖ Turismo Itinerante – representa toda a viagem que é realizada com um programa estipulado, horários definidos e que inclui a visita de vários lugares dentro da mesma viagem;
- ❖ Turismo Náutico – representa todo o turismo que tem por base a realização de atividades náuticas. O turista tem principal interesse por atividades como a observação de cetáceos, nadar com golfinhos, mergulho e barco à vela;
- ❖ Turismo de Negócios – representa toda a viagem realizada com a intenção de desenvolver contactos com fins lucrativos, participar em reuniões, feiras, entre outros;
- ❖ Turismo Religioso – representa essencialmente a fé, estando diretamente ligado a fatores como o calendário religioso do destino, festividades, costumes e tradições religiosas e até a própria religião que é praticada no destino;
- ❖ Turismo Rural – caracteriza-se pela sua realização em espaços e/ou localidades pequenas e em empreendimentos que visam o contacto direto com a natureza;

- ❖ Turismo de Saúde – representa toda a viagem realizada com o fim de curar e/ou tratar de uma doença, disfrutar de instalações com fins terapêuticos, tal como banhos termais;
- ❖ Turismo Sedentário – representa toda o turismo que é realizado com o objetivo final de se permanecer por um longo período de tempo e/ou até adquirir um alojamento próprio;
- ❖ Turismo de Sol e Praia – é toda a viagem que é feita com o propósito de usufruir de praias, banhos termais, piscinas naturais, entre outros, estando dependente da oferta natural e/ou artificial do próprio destino;

O Turismo de Portugal, no seu Plano Estratégico Nacional de Turismo <sup>8</sup>(2015), define algumas tipologias de turismo para uma melhor caracterização do destino e produto turístico a nível internacional.

Assim sendo, foram no presente PENT de 2015 definidos os seguintes produtos turísticos, também conhecidos por tipologias de turismo, com os respetivos objetivos:

- ❖ Sol & Mar – melhorar o aproveitamento dos recursos e garantir a sua integração e/ou cooperação juntamente com outros produtos;
- ❖ Golfe – destacar Portugal como destino ideal para a prática do golfe a nível internacional;
- ❖ Turismo de Negócios – pleno aproveitamento das infraestruturas de suporte para este tipo de turismo, incentivando a realização de eventos, congressos e incentivos;
- ❖ *City Break* <sup>9</sup>– integrar cidades portuguesas neste conceito de turismo, concorrendo a nível internacional;
- ❖ *Touring*<sup>10</sup> / Turismo Cultural e Religioso – reforçar a ideia de conhecer diversos locais, dentro do mesmo país, numa só viagem, através de um

---

<sup>8</sup> Define o conjunto de medidas que visam o crescimento sustentado do Turismo a nível nacional

<sup>9</sup> Viagem de curto espaço temporal, em média 2 a 3 noites, para uma cidade, geralmente dentro do mesmo país e/ou continente

<sup>10</sup> Conceito de turismo que visa conhecer diversos pontos de um roteiro turístico, numa só viagem

- itinerário predefinido e com intuição de proporcionar diversidade e incentivar a divulgação do património cultural e religioso do país;
- ❖ *Resorts*<sup>11</sup> Integrados e Turismo Residencial – produto de qualidade elevada, com um vasto leque de serviços, sendo o seu principal foco a hotelaria;
  - ❖ Turismo de Natureza – proporcionar experiências que tenham por base o contacto direto com a natureza, visando a preservação dos recursos;
  - ❖ Saúde e Bem-Estar – tem principal incidência no aproveitamento de recursos naturais para tratamentos de saúde, apoios médicos e relaxamento;
  - ❖ Náutico e Cruzeiros – tem por base o desenvolvimento do turismo náutico e de cruzeiros, promovendo Portugal destino de interesse a fim de aumentar e garantir a qualidade e quantidade das infraestruturas necessárias;
  - ❖ Gastronomia e vinhos – visam a promoção da gastronomia local, aproveitando a sua diversidade e riqueza como forma de garantir uma experiência turística diferente.

Com base nos produtos turísticos acima mencionados, o PENT (2015), definiu para cada região do país produtos que melhor se adaptam à caracterização de cada região, afirmando que “a nível regional, os esforços de desenvolvimento da oferta deverão focar-se nos produtos que apresentam um maior potencial, considerando quer os recursos da região, quer a procura por parte dos principais mercados emissores”. Para a região dos Açores foram definidos, no ano de 2015, os seguintes produtos turísticos com base nos recursos que dispõe:

- ❖ *Touring* / Turismo Cultural e Religioso – a Região Autónoma dos Açores é de uma grande riqueza cultural, dispondo de muitos edifícios históricos e religiosos;
- ❖ Turismo de Natureza – a natureza é sem dúvida a maior riqueza do arquipélago, estando grande parte intacta permitindo um pleno

---

<sup>11</sup> Lugar de férias e relaxamento que engloba diversos serviços como comida, desportos, entretenimento, spa, entre outros, na sua maioria incluídos no preço total da estadia.

aproveitamento da mesma. As nove ilhas dispõem de uma grande variedade, por um lado, de atividades que visam o contacto direto com a natureza e por outro lado de alojamentos rurais.

### **1.2.1. Tipologias de turismo nos Açores**

Em 2007, as ilhas dos Açores foram eleitas pela revista, de reputação internacional, a *National Geographic*<sup>12</sup>, como sendo as segundas melhores ilhas do mundo em turismo sustentável, com um total de 84 pontos em 100. Segundo a *National Geographic*, no ano de 2007, *“The archipelago was ranked second because the Azore's strong culture and healthy ecosystems are likely to last, especially since the islands' capricious climate probably impedes the flow of tourist”*. São afirmações destas que demonstram por um lado o que os Açores verdadeiramente representam e, por outro, o facto de estarem longe de ser um destino de massas.

Contudo, quando olhamos para o turismo nos Açores, sabendo que este é das fontes de riqueza mais importantes da região, perguntamo-nos qual será a principal razão pela qual os turistas visitam o Arquipélago. A Comissão Europeia de Turismo (ETC) caracterizou os Açores, como um destino de turismo ativo e de aventura, mencionando que *“...the Portuguese Atlantic islands. And these are synonym of Adventure! In the Azorean Archipelago, go whale watching or, if you are feeling bolder, put your wetsuit on and dive with blue sharks. Or go hiking around the network of paths that make up more than 60 hiking trails on nine volcanic islands”*. Mas também os grandes jornais estrangeiros, concentram a sua atenção nos Açores, evidenciando as suas potencialidades. O jornal britânico *The Telegraph* (2014) referiu num artigo que *“The Azores, Europe's westernmost outpost, is an ideal choice for an active holiday”*.

---

<sup>12</sup> Revista oficial da National Geography Society, fundada em 1888 a fim de incrementar e difundir o conhecimento geográfico.

Segundo o Observatório de Turismo dos Açores<sup>13</sup>, em 2015, verificou-se durante o primeiro semestre deste mesmo ano, um aumento de 743 hóspedes quando comparado ao período homólogo. Dito aumento representa uma variação de 27,1% de 2014 para 2015.

Um outro tipo de turismo que tem vindo ao aumentar ao longo dos anos, foi o turismo de cruzeiros, principalmente na ilha de São Miguel. Segundo uma notícia avançada pelo jornal Açoriano Oriental <sup>14</sup>(AO) (2015), o número de navios de passageiros que fizeram escala no Arquipélago aumentou 70,7% no primeiro semestre do ano de 2015, sendo este aumento o maior de sempre da região. No total das 99 escalas registadas nos primeiros seis meses do corrente ano, visitaram os Açores 84 467 passageiros, representando um aumento em 38,3% face ao período homólogo. Apesar de este tipo de turista ser denominado por excursionista, uma vez que não pernoita na região nem permanece mais que 8 horas no Arquipélago, o seu impacto na economia local é imenso. Segundo a mesma notícia avançada pelo jornal AO “... cada passageiro deixa cerca de 30 euros em terra, de acordo com Filipe Macedo, o que representa cerca de 2,5 milhões de euros em 2015.”

Assim sendo, podemos concluir que, os principais tipos de turismo presentes no Arquipélago dos Açores são os seguintes:

- ❖ Turismo de Aventura/Ativo – atrai muitos turistas durante o ano graças a eventos como o Festival de Paraquedismo e o *RedBull Cliff Diving*<sup>15</sup>, mas também devido a sua oferta de atividades individuais como o *canyoning*<sup>16</sup> ou a grande variedade de trilhos pedestres. Os Açores são o destino ideal para quem gosta de fazer trilhos, quer sejam estes passeios relaxantes pela natureza ou caminhos cheios de adrenalina, qualquer um dos mais de 60 trilhos em todo o arquipélago, oferecem segurança absoluta e paisagens únicas.

---

<sup>13</sup> Associação sem fins lucrativos que visa a análise e o estudo do Turismo e sua evolução dentro da RAA

<sup>14</sup> Jornal açoriano fundado no ano de 1835.

<sup>15</sup> Evento de saltos ornamentais à volta do mundo de elevadas alturas

<sup>16</sup> Exploração de cursos de água, como rios, através de diversas técnicas como o salto, escalada, entre outros

- ❖ Turismo de Cruzeiros – tal como anteriormente mencionado, o turismo dos cruzeiros tem vindo a aumentar em grande número, esperando-se atingir as 140 escalas até ao fim do ano de 2015;
- ❖ Turismo Itinerante – apesar de este tipo de turismo estar mais associado um turismo de massas, é praticado também nos Açores, mas de uma forma mais simplificada. Existem no mercado turístico vários operadores que oferecem pacotes itinerantes como é o caso da *Wikingen Reisen*<sup>17</sup> e *Djoser Reisen*<sup>18</sup>. Ambos têm a sua sede na Alemanha e operam nos Açores através de pacotes de trilhos e passeios pedestres, com um itinerário predefinido e um programa que abrange várias ilhas em duas ou três semanas;
- ❖ Turismo Náutico – os Açores são dos melhores destinos a nível mundial para observação de cetáceos e mergulho. Quase todo o turista faz pelo menos excursão de observação de baleias e segundo a Associação de Turismo dos Açores (2015), as nove ilhas são um verdadeiro paraíso para os amantes desta prática, uma vez que “entre espécies residentes e migratórias, comuns ou raras, avistam-se mais de 20 tipos diferentes de cetáceos nas suas águas”, citação da página web da ATA.
- ❖ Turismo Rural – o turismo em espaço rural, apesar de ter um peso relativamente menor na região, apresentou no ano de 2015 um aumento significativo no número de hóspedes. Enquanto no primeiro semestre de 2014 se contou com 2 741 hóspedes, em 2015, no mesmo período, já se contava 3 484 hóspedes. Para além disso, há que referir que o turismo rural representava em junho de 2015 um total de 972 camas em todo o Arquipélago.

---

<sup>17</sup> Operador alemão fundado em 1969, especialista em pacotes de passeios pedestres, na sua maioria em grupo, e que visa a responsabilidade social e ecológica.

<sup>18</sup> Operador alemão fundado em 1992, opera atualmente em cooperação com a Djoser Holanda e comercializa viagens de grupo para todo o mundo.

### 1.3. Segmentos de mercado no turismo

Tal como qualquer produto à venda no mercado, o sector do turismo carece também de uma eficiente e eficaz segmentação de mercado. Para Kotler (1976, p. 166) a segmentação diz respeito à *“subdivisão do mercado dentro de subsectores homogéneos de compradores, onde qualquer subsector pode ser seleccionado como um objetivo definido de mercado, a ser alcançado através de uma determinada estratégia combinada de marketing”*.

É impossível vender todo o produto turístico a todas as pessoas, sendo essencial segmentar o mercado e definir a quem dirigir a oferta. Segundo Dolnicar (2008, p. 1) *“Tourists are not all the same, they have different pictures of their ideal vacation. Tourists are heterogeneous. Market segmentation is the strategic tool to account for heterogeneity among tourists by grouping them into market segments”*. Na indústria turística podemos falar dos seguintes tipos de segmentação diferentes, todos eles necessários para vender o produto certo ao cliente certo. Toda e qualquer segmentação na indústria turística deverá ter em consideração que cada segmento deverá ser capaz de se distinguir de um outro segmento o melhor possível, devendo corresponder ao máximo às potencialidades e pontos fortes do destino, sendo identificável e alcançável e corresponder a um tamanho capaz de se satisfazer. Em turismo, o tamanho dos segmentos, ou seja, o número de potenciais clientes que abrange, não terá que ser o maior possível para ter sucesso. Por vezes segmentos pequenos, também conhecidos por nichos, poderão ter maior sucesso e eficácia na aplicação.

Segundo Dolnicar (2008), pode-se, de uma forma generalista, representar a segmentação em quatro passos estratégicos:

1. A seleção, correspondendo à segmentação do mercado por critérios individuais e característicos de cada potencial cliente, tais como a idade, o sexo, o rendimento e/ou gasto médio em viagens, o país de residência, a nacionalidade, o número de filhos, entre outros;
2. A agrupação, dizendo respeito ao agrupamento de todos os clientes que tenham os critérios acima mencionados em comum;

3. Criação de um perfil individual, capaz de identificar em que características pessoais diferem os segmentos;
4. Gestão, de forma a identificar a pertinência e importância de cada segmento, formulando técnicas de marketing individuais para cada atividade e segmento.

Com base no acima exposto e nas diversas pesquisas feitas, podemos apresentar o seguinte tipo de segmentação:

❖ Segmentação consoante a faixa etária

- Turismo infantil – todo o produto especializado na animação e entretenimento de crianças. As infraestruturas estão devidamente equipadas e licenciadas para crianças;
- Turismo de Juventude – todo o produto especializado na animação de jovens, como é o caso dos campos de férias;
- Turismo da chamada “melhor idade” – diz respeito a todo o produto direcionado para adultos.

❖ Segmentação consoante o nível de rendimento

- Turismo popular/*low budget* – todo o produto de preço baixo e direcionado para a classe com menores rendimentos e/ou pessoas cujo objetivo é viajar muito, por pouco. Na sua maioria trata-se de produtos turísticos cuja principal mais-valia é o preço baixo;
- Turismo de classe média - todo o produto de preço intermédio e direcionado para a classe média da sociedade. Na sua maioria trata-se de produtos turísticos cuja principal mais-valia é um serviço de qualidade superior, mas a preços baixos;
- Turismo de luxo – todo o produto direcionado para a classe de rendimentos elevados na sociedade e cujo objetivo final é usufruir ao máximo das férias. Este tipo de cliente não se importa, em primeiro plano, com o preço do produto, mas sim com o que lhe é oferecido em troca e a qualidade dos serviços prestados.

❖ Segmentação consoante o meio de transporte

Neste tipo de segmentação de mercado, a distinção é feita pela forma como o cliente chega ao seu destino, seja este por via aérea, marítima, rodoviário ou ferroviário. Na maioria dos casos, esta segmentação é feita para responder às necessidades e desejos de clientes que por exemplo não gostam de andar de avião ou preferem chegar ao destino com o seu próprio carro.

❖ Segmentação consoante a duração da estadia

Neste caso diferencia-se consoante o tempo que o cliente permanece no destino, sendo o habitual o turismo de curta e média duração. O turismo de longa duração encontra-se, muitas vezes, ligado a uma faixa etária acima dos 60 anos e relaciona-se com o turismo sedentário.

❖ Turismo consoante a distância do destino

Neste parâmetro da segmentação a divisão do mercado é feita pela proximidade que o cliente final tem para com o destino, dividindo-se em turismo local, regional, nacional, continental e intercontinental.

❖ Segmentação consoante o número de pessoas a viajar, que pode ser:

- Turismo individual – representa todo o turista que ou viaja sozinho, ou, por norma, acompanhado por mais uma pessoa;
- Turismo em casal – representa todo o turista que viaja com o parceiro e outro (s) casal/casais;
- Turismo de famílias – toda a viagem que é feita por famílias, por norma grandes e que requerem serviços especiais como quartos familiares, empreendimentos com animação para crianças ou *babysitter*, entre outros;
- Turismo em grupos – toda a viagem que é feita com várias pessoas, por vezes até desconhecidas até a data da viagem. Por norma considera-se grupo, em

turismo, um conjunto de 9 pessoas, no mínimo e a sua principal vantagem é o fator preço.

❖ Segmentação consoante o sentido do fluxo turístico, onde temos:

- Turismo emissivo – é praticado por todo e qualquer residente que viaja para outro país que não o seu de residência, do ponto de vista do país de origem;
- Turismo recetivo – é praticado por todo e qualquer não-residente que é recebido por um país de destino, do ponto de vista desse mesmo destino;
- Turismo doméstico – é praticado por todo e qualquer residente que viaja dentro do seu próprio país.

❖ Segmentação consoante a geografia do destino

Este tipo de segmentação caracteriza o produto turístico consoante a particularidade geográfica que auferir, ou seja, se se trata de um produto turístico de praia, de montanha, de campo, de neve, entre outros.

### **1.3.1. Segmentos de mercado nos Açores**

Os Açores são um destino único a nível mundial, quer pela sua natureza intacta, quer pela sua riqueza paisagística, sendo por isso também reconhecidos internacionalmente e tornando-se num destino de turismo de natureza por excelência. Esta caracterização comprova a imagem de qualidade e requinte que os Açores têm internacionalmente, mas também mostra a sua limitação como destino turístico. O produto “Natureza” não é, certamente, um produto para qualquer pessoa e conseqüentemente não o é para qualquer segmento de mercado. Isto acontece, principalmente devido a dois grandes fatores, um de cariz natural e o outro de cariz material.

O primeiro fator limita o destino Açores, no mercado turístico global, principalmente pela sua localização. O Arquipélago dos Açores localiza-se a mais de 1400 quilómetros do continente português e a mais de 3600 quilómetros do continente americano, sendo o seu único método de transporte, o aéreo. A este ponto, junta-se por

um lado a dispersão geográfica das ilhas e a conseqüente distância entre elas e por outro lado a complexidade meteorológica que se sente nos Açores. Por outras palavras, não se verifica no Arquipélago dos Açores o mesmo cenário do Arquipélago das Canárias, por exemplo, uma vez que um turista que queira conhecer mais que uma ilha terá que usar, novamente, o transporte aéreo, dado que o transporte marítimo entre as nove ilhas apenas vigora de maio a setembro e com ligações limitadas. Por outro lado, não se verifica nos Açores a estabilidade meteorológica que se verifica nas ilhas das Canárias, limitando a oferta turística na medida em que não se pode considerar um destino de praia. Contudo e apesar dos fatores supramencionados, tem se vindo ao longo dos últimos anos a aproveitar esta posição estratégica no meio do Oceano Atlântico, para destacar os Açores como destino de cruzeiros e aumentar a oferta turística nesta vertente. Cada vez mais empresas do sector turístico marítimo têm vindo a incluir os Açores, na sua maioria três das nove ilhas, nos seus itinerários transatlânticos.

O segundo fator limita a o destino Açores no mercado internacional devido à sua reduzida e pouco diversificada oferta turística. Apesar de, segundo o Turismo de Portugal (2014), se ter verificado um total de aproximadamente 8 400 camas em todo o Arquipélago neste mesmo ano, não se pode afirmar que o sector hoteleiro esteja suficientemente diversificado de modo a responder às necessidades dos clientes. É possível afirmar que os Açores dispõem de um vasto leque de unidades hoteleiras e unidades de alojamento em espaço rural, mas estas mesmas unidades são entre si muito similares, não fazendo face às características de um produto de luxo ou de família. Uma vez que não dispõem de *Resorts* com tudo incluído ou *Resorts* de família, não entram nesta segmentação a nível internacional.

Com base no exposto acima, pode-se segmentar os Açores de acordo com a tabela 1.

Tabela 1.1 Segmentação do turismo nos Açores

<b>Segmentação do destino Açores no mercado turístico internacional</b>	
Com base na faixa etária	Destino para pessoas da chamada “melhor”/média idade, com idades entre os 30 e 65 anos

Com base no rendimento	Destino para pessoas da classe média, dado o custo relativamente elevado no transporte e alojamento, comparativamente com outros destinos insulares na Europa
Com base no meio de transporte	Destino acessível via aérea ou marítima, estando o último condicionado ao sector dos cruzeiros uma vez que não há ligações entre o Arquipélago e o exterior para passageiros
Com base na duração	Destino de curta/média duração
Com base na distância	Destino de turismo nacional, continental e intercontinental. Com base nos dados avançados pelo OTA, em 2011, a grande maioria dos turistas tem origem em Portugal Continental, Alemanha e América do Norte
Com base no número de pessoas que viaja	Destino principalmente procurado por casais e grupos organizados
Com base no fluxo	Destino de turismo recetivo
Com base na geografia	Destino de natureza, campo e montanha

Fonte: Elaboração própria

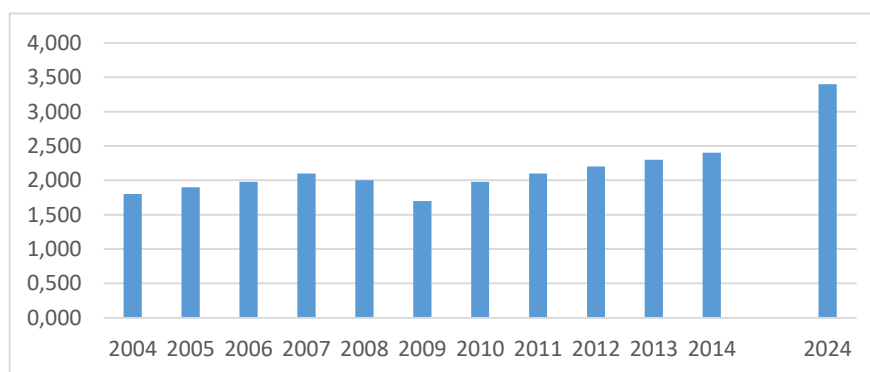
#### **1.4. Importância económica do turismo no mundo**

O turismo está presente no nosso dia-a-dia de forma direta ou indireta. Quer sejamos nós próprios a alimentar o desejo de viajar e conhecer novos cantos do mundo, quer trabalhemos nesta área ou convivemos com turistas no nosso próprio país, uma vida

sem turismo seria quase impensável e acima de tudo, improvável. O turismo é das indústrias cujo volume de negócios iguala ou até ultrapassa o sector da exportação petrolífera, indústria alimentar e automobilística, podendo-se concluir que a atividade turística, e todos os seus envolventes, tornaram-se ao longo dos anos num dos principais agentes na economia internacional. Para além disso, o turismo é também principal fonte de rendimento e criação de postos de trabalho para muitos países em todo o mundo.

Muitos países dependem do turismo e da riqueza gerada com base nele, vendo a sua economia local fortemente condicionada à evolução do turismo na região e ao seu lucro económico. Ponto este que não é de admirar quando tomamos por base a afirmação do *World Travel Council*<sup>19</sup>, (2014) em que o turismo detinha uma importância no Produto Interno Bruto mundial <sup>20</sup> a arredondar os 9%, conforme se pode verificar através do gráfico 1.1.

Gráfico 1.1 – Contribuição do turismo para o PIB mundial



Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo WTC. Valores apresentados em mil milhões de USD

Mas, sua importância é também visível nos números apresentados pela *World Travel Council* (2014), em que evidencia que “*Travel & Tourism generated 100,894,000 jobs directly in 2013 (3.4% of total employment) and this is forecast to grow by 2.2% in 2014 to*

<sup>19</sup> Fórum direccionado para a indústria turística e de viagens, composto por diversos membros desta área e directamente ligado à entidades governamentais

<sup>20</sup> Corresponde ao valor de mercado de todos os bens e serviços produzidos num determinado espaço de tempo numa determinada zona, neste caso, a nível mundial. Segundo a

103,069,000 (3.4% of total employment) “, tornando o turismo numa das maiores e mais importantes indústrias. Tal impacto pode ser visto no gráfico 1.2 que se segue.

Gráfico 1. 2 – Contribuição direta da indústria turística e viagens no emprego mundial



Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo WTC. Valores apresentados em milhões

Perguntamo-nos agora se esta indústria terá também sido fortemente afetada pela crise económica, ou será que o impacto da crise não se fez sentir. Uma das maiores preocupações a nível mundial, na indústria turística é o potencial decréscimo do número de turistas e a conseqüente redução da importância do turismo como atividade económica. Contudo, apesar das constantes crises financeiras a nível mundial, o turismo não sofreu grandes impactos, pelo contrário. Ao longo dos anos tem-se vindo a verificar um aumento significativo do turismo a nível mundial, tendo o número de turistas internacionais chegado, no ano de 2014, ao 1 138 milhões, representando este valor um aumento em 4,7% face ao ano anterior, provando que a crise não se fez sentir com grande intensidade. Para além disso, acredita-se que o turismo até seja de grande importância no reequilibrar das economias uma vez que a atividade turística tem vindo a se manifestar como uma atividade económica muito resistente no mercado global, principal criador riqueza e criador de milhões de empregos a nível internacional.

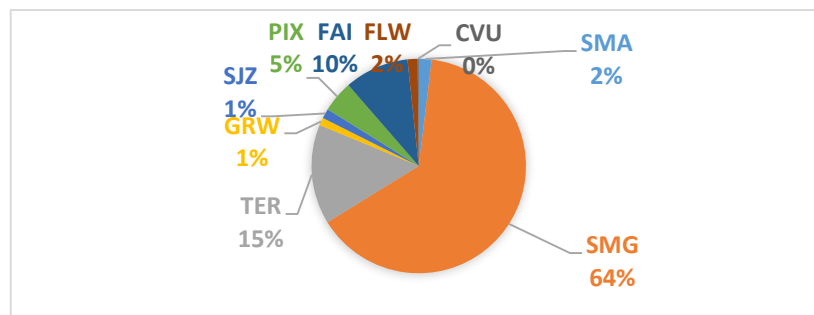
### 1.4.1. Relevância do turismo nos Açores

Segundo o Turismo de Portugal (2007) o Turismo é um dos principais sectores da economia portuguesa, tendo o seu peso na economia vindo a crescer nos últimos anos (11% do PIB em 2004). Nos Açores, o turismo, é um dos mais importantes sectores quer a nível de empregabilidade quer a nível de contribuição para o Produto Interno Bruto do Arquipélago e para o seu desenvolvimento económico.

No que diz respeito à importância da atividade turística na região, há que ter em consideração que os Açores são uma região insular muito isolada, onde residem cerca de 2,4% da população total do país, representando assim uma economia relativamente pequena e restrita. Do ponto de vista económico e financeiro, é evidente que toda a criação de riqueza, desenvolvimento económico e o processo de crescimento interno terá de passar por uma indústria de produção de bens e serviços. Bens e serviços estes que terão capacidade de exportação e comercialização externa.

No ano de 2014, as nove ilhas dos Açores tinham uma capacidade total média para 8 400 pessoas sendo a maior oferta gerada na ilha de São Miguel. Segundo o SREA (2015), o proveito total proveniente da hotelaria tradicional, no Arquipélago dos Açores foi de 32 140 422 milhões de euros. O gráfico 1.3, abaixo apresenta a distribuição do total de proveitos, em unidades de Euros, pelas nove ilhas.

Gráfico 1.3 – Total de proveitos por ilhas no ano de 2014



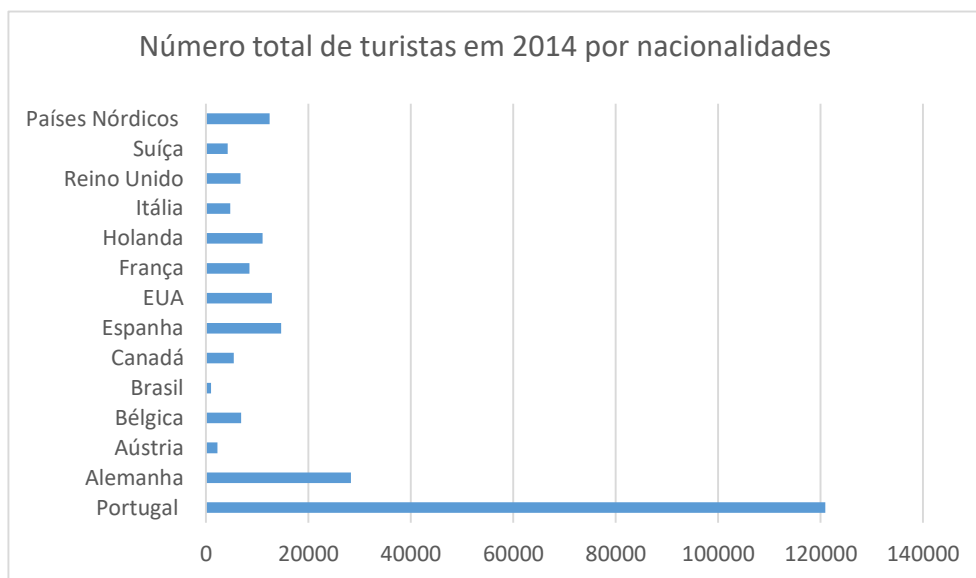
Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pela SREA

Dadas as suas características naturais, os Açores têm claramente a natureza e o meio-ambiente a seu favor para a sua própria sustentabilidade e autonomia económica e

financeira. Juntamente com o setor agroalimentar, o turismo é das poucas fontes de rendimento capazes de se destacar no âmbito internacional, sendo responsável pela maior parte das exportações da região. Segundo o ORT (2008) *“Atendendo às características naturais dos Açores, assim como à expansão da procura mundial, o turismo é, sem dúvida, uma atividade promissora. Aliás, o turismo faz parte de um limitado conjunto de oportunidades capazes de alargar e diversificar a base económica de exportação dos Açores.”*

Assim sendo, os Açores foram ao longo dos anos, se transformando num produto turístico de exportação de excelência, destacando-se hoje em dia a nível internacional, atraindo a atenção de cada vez mais entidades e pessoas. Por exemplo, no ano de 2014, segundo o Serviço Regional de Estatística dos Açores, visitaram o Arquipélago 247 183 mil turistas. Quase metade destes turistas teve a sua origem dentro do território português, mas, os restantes 126 254 mil turistas vieram de mercados internacionais, comprovando a presença do “destino Açores” a um nível mundial. A figura 4 mostra a distribuição dos turistas por países.

Gráfico 1.4 – Número total de turistas em 2014 por nacionalidades



Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pela SREA

Através do gráfico acima apresentado, podemos constatar que o destino turístico dos Açores e o produto a ele inerente conseguiram-se estabelecer numa indústria mundial e altamente competitiva, atraindo consumidores dos vários cantos do mundo. Estes números são também resultado do intenso trabalho que as delegações e associações de turismo da região têm vindo a desenvolver, de modo a divulgar a imagem a nível internacional.

Pode-se concluir que, o nível de vida melhorou significativamente nos Açores ao longo dos últimos anos, tendo o equilíbrio da economia, a geração de riqueza e a criação de postos de trabalho passado pelo aproveitamento de recursos naturais e consequentes exportações. A atividade turística é um dos setores nos quais se aproveitou o recurso natural, a plena natureza, tendo esta se tornado no principal produto de exportação ao longo do tempo. O turismo encontra-se em expansão e o número de turistas tem vindo a aumentar de ano para ano, sendo este setor uma aposta estratégica e altamente valiosa para o crescimento e desenvolvimento da Região Autónoma dos Açores.

## **Capítulo 2**

### **A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo**

## Capítulo 2. A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo

### 2.1. O processo de liberalização de espaço aéreo e o turismo

A aviação é uma das maiores indústrias a nível mundial, tendo um grande impacto na economia e dependendo dela muitos outros setores industriais. Não apenas o turismo está condicionado ao desenvolvimento da aviação, mas também toda e qualquer indústria que visa fazer chegar o seu bem ou serviço aos quatro cantos do mundo. Quase todos os produtos são, hoje em dia, comercializados fora do país de produção, estando o seu transporte, em muitos casos, dependente das companhias aéreas e das suas políticas.

Em 1944 foi criado o acordo da Convenção de Chicago de 1944, em que segundo Adler et al. (2014, P.3) *“airlines’ commercial rights on international routes are governed by bilateral air services agreements (ASAs) between each country-pair “*. Com base neste acordo ficaram estipulados pontos como os limites referentes à capacidade de transporte como é o caso do número de lugares, as tarifas a aplicar e a designação da própria companhia. Por outras palavras toda a indústria da aviação estava regulamentada e condicionada a decisões superiores., restringindo e limitando a atividade de transporte aéreo.

Ainda em meados dos anos 80, o transporte aéreo estava fortemente controlado e restrito, havendo pouca ou nenhuma concorrência e obrigando os consumidores a sujeitarem-se às empresas que operavam no mercado, as quais na sua maioria eram as chamadas companhias aéreas de bandeira, ou seja, companhias que maioritariamente são públicas. Segundo Alderighi et al. (2012, p. 223), *“in the mid-1980s, only one or two flag carriers operated on each European route, with airfares being fixed by state bilateral agreements.”* Tais acordos faziam com que se vivesse no mercado situações de concorrência imperfeita (de duopólio ou de oligopólio), prejudicando não apenas o desenvolvimento turístico da região em termos de procura externa, mas também o poder de livre escolha por parte dos consumidores. Todo o transporte aéreo era assim regulamentado por entidades superiores, maioritariamente estatais, inibindo a livre concorrência e a prática de preços flexíveis.

Assim sendo, podemos afirmar que todo e qualquer processo de liberalização, independentemente da sua área de atuação, tem de certa forma por base uma situação de monopólio, limitando o desenvolvimento dos sectores que dele dependem e, conseqüentemente o seu próprio. Contudo, não se limita apenas à parte ligada diretamente à atividade económica, mas também a toda a sua comercialização e tendo impactos sobre o comportamento dos consumidores.

Esta mesma situação de monopólio limita o nível de oferta e variedade de companhias aéreas que operam para um determinado destino, limitando assim o poder de escolha por parte dos consumidores e tendo como consequência lógica a perda de consumidores e a cada vez maior insustentabilidade do mercado da aviação e das próprias companhias. A concorrência é praticamente inexistente e o consumidor é obrigado a usufruir do produto de uma determinada companhia aérea, por falta de outras a operar na mesma rota. Segundo Zhang e Findlay (2014, p.42) *“a typical air service agreement... allocate to airlines designated by the signatories the rights to fly across borders. As a result, airlines from third parties are discriminated against: they either cannot fly on the routes between the economies involved in the bilateral agreement or they have only restricted access. Some bilateral agreements also restrict the capacity and frequency of the services which the designated airlines provide”*. O serviço de transporte aéreo encontra-se, em muitos casos, limitado devido a legislações impostas pelos governos, estando o desenvolvimento da aviação condicionado. Contudo, no final dos anos 80, vive-se uma época de mudança na aviação europeia através da desregulamentação do transporte aéreo. Segundo Alderighi et al. (2012, p. 223) *“The European deregulation took place in different steps. Three airline policy ‘packages’ were agreed in 1988, 1990 and 1993, and full deregulation came into force in 1997. The Third Package was the most important one, as, by then, pricing capacity and access were fully deregulated.”*

O primeiro passo consistiu na criação e aprovação do chamado *“code-sharing”*, o que na aviação representa a parceria entre duas, ou mais, companhias aéreas numa ou mais rotas. Ou seja, tornou-se possível que uma KLM<sup>21</sup>, comercializasse um voo entre

---

<sup>21</sup> Abreviatura para *Koninklijke Luchtvaart Maatschappij*, (companhia real de aviação holandesa), fundada no ano de 1919.

Amsterdão e Londres que parte às 14:00 horas, mas este ser operado pela British Airways<sup>22</sup>, apesar da própria KLM operar por si só voos nesta rota, mas com partida às 10:00 horas. Por outras palavras, as duas companhias mantinham entre si uma parceria comercial ao venderem ambas o mesmo voo, mas este seria apenas operado por uma delas. A grande vantagem deste acordo, é que a venda se abriu para vários mercados, aumentando a diversidade das rotas e alcançando uma maior quota de mercado a custos reduzidos. Ou seja, uma companhia que antes tinha apenas uma frequência diária entre Amsterdão e Londres, passa a ter duas, aumentando assim a sua oferta e atraindo, conseqüentemente, mais consumidores. Contudo, para além do exemplo acima mencionado, o mesmo também se aplica a acordos entre companhias das quais apenas uma opera uma determinada rota. É este o caso por exemplo entre a *Air Berlin*<sup>23</sup> e *Ethihad Airways*<sup>24</sup>. Estas duas companhias aéreas mantêm entre si um acordo que permite à *Air Berlin* comercializar voos com partida da Alemanha e destino aos Estados Árabes, sem ela própria operar nestas rotas. As vantagens são recíprocas para ambas, enquanto que a *Air Berlin* aumenta a sua variedade de oferta e com isso a sua segmentação no mercado, a *Ethihad* pode contar através desta parceria com um canal de venda em plena Europa. O segundo passo consistiu na chamada “Quinta Liberdade” ou também conhecido por “*cabotage*”, representando a simples possibilidade de um passageiro em trânsito embarcar num voo de uma companhia diferente da que utilizou no voo anterior. Por outras palavras, um passageiro que tenha como destino final Singapura, pode através deste acordo embarcar em Portugal na TAP com destino a Frankfurt, embarcando de seguida na *Singapore Airlines*<sup>25</sup> para continuar o seu trajeto.

A meados dos anos 90 conseguiu-se então o maior marco na aviação europeia, o terceiro passo designado por “nona liberdade”, ao desregular todo o processo de preços e comercialização, abrindo-se portas a outras companhias. A partir deste momento, qualquer companhia aérea, dentro da União Europeia, podia operar rotas entre o seu país de origem e outro, ou até dentro de um país terceiro, sem limitações. Para além deste

---

<sup>22</sup> Companhia aérea britânica, uma das maiores do mundo, fundada em 1924.

<sup>23</sup> Companhia aérea alemã, fundada no ano de 1978.

<sup>24</sup> Companhia aérea dos Estados Unidos Árabes, fundada no ano de 2003.

<sup>25</sup> Companhia aérea de bandeira do Estado de Singapura, fundado no ano de 1947 como Malayan Airways.

grande passo, as chamadas companhias de bandeira começaram por formar acordos e alianças, visando a otimização das rotas e sua comercialização, como foi o caso da *Star Alliance*<sup>26</sup>, fundada em 1997 por cinco grandes companhias aéreas.

O termo liberalização deriva do verbo liberalizar, cujo qual define-se por ser o ato de liberalizar, ou seja distribuir algo com liberalidade. Por outro lado, compreende-se por espaço aéreo toda a parte de atmosfera que se encontra sob um determinado território, seja este marítimo ou terrestre, e que esteja sob tutela de um determinado país. Será este mesmo país que terá total controlo e poder de tudo o que se sucede neste espaço, sendo também responsável pela segurança e movimento dos aviões dentro do seu território.

Durante as últimas décadas, a aviação na Europa tem vindo a sofrer grandes alterações, quer do lado da procura, quer do lado da oferta. É também o sector cujas alterações e oscilações causam mais impacto, não apenas dentro do próprio sector económico, mas também nos demais. Ao contrário de muitas outras indústrias, a principal causa das alterações que se vive na aviação não depende, na sua maioria, de aspetos tecnológicos, mas sim de leis, regulamentações e de desenvolvimentos vividos em termos culturais, legais e institucionais que têm vindo, por um lado, a afetar a estrutura do mercado e por outro lado a influenciar a oferta, as rotas a operar e o interesse e/ou vontade dos potenciais consumidores em viajar.

É certo que, do lado da oferta, quase nenhuma outra indústria a nível mundial sofreu alterações tão profundas como a da aviação. Em relativamente poucos anos, passou-se de uma indústria profundamente regularizada, controlada e estatal para uma indústria dinâmica e muito mais livre no que diz respeito aos regulamentos estatais. A Comissão Europeia tem vindo ao longo dos últimos 25 anos a tornar-se num elemento essencial no que diz respeito à aviação e a todo o processo de liberalização e desenvolvimento. Um dos maiores passos, será a implementação do *“Single European Sky”* até 2020, visando segundo Baumgartner (2014, P. 29) *“harmonizing the airspace and creating an efficient and nondiscriminatory European air transport infrastructure”*. O

---

<sup>26</sup> Aliança no segmento aéreo, fundada no ano de 1997 pelas 5 principais companhias do mundo, visando o melhor e mais fácil atendimento dos clientes e a cooperação entre companhias.

objetivo final é assim a reestruturação de todo o espaço aéreo dentro de cada país tal como a sua gestão.

## **2.2. As companhias de baixo custo, sua definição e breve caracterização**

Se o turismo é uma das maiores e mais importantes indústrias a nível mundial, então a aviação é um dos elementos mais importantes para o desenvolvimento e crescimento da atividade turística. Segundo Dobruszkes et al. (2013, p. 23) *“Aviation has long been recognized as a key driver of international tourism, especially on long-distance routes and for insular destinations”*. Todo o sector da aviação detém um papel fundamental no desenrolar da atividade turística, sendo hoje em dia impensável a não existência de aviões e deste serviço de transporte. Ao longo dos anos tornou-se num meio de transporte apreciado e usado por cada vez mais pessoas, tendo tornado a aviação num mercado cada vez mais competitivo. Contudo e apesar desta competitividade ser fundamental do lado da procura, aumenta a concorrência do lado da oferta. As companhias aéreas vêm-se cada vez mais forçadas a destacar-se no mercado e ganhar quota de mercado, recorrendo muitas vezes a técnicas de diferenciação. Para além do preço, outros fatores levam o consumidor a optar por uma companhia em detrimento de outra, passando a opção de escolha do consumidor também por pequenas comodidades como o serviço e entretenimento a bordo, a franquia de bagagem, as refeições, a obtenção de milhas, entre outros.

Contudo, para um grande número de consumidores, o preço continua a ser um ponto crucial no processo de compra e aquisição de bilhete aéreo. Com a liberalização ocorrida em muitos países da Europa, surgiu um novo segmento de aviação, as chamadas *“Low Cost Carriers”*, também conhecidas por companhias de baixo custo. Segundo Alderighi et al. (2012, p. 223), *“An LCC is an airline designed to have a competitive advantage in terms of costs over the FSCs. An LCC relies on very simple firm organization and logistic principles”*. As companhias de baixo custo caracterizam-se assim pela sua simplicidade na estrutura organizacional interna e pela constante redução de custos. Uma das suas características principais é operar, sempre que possível, para aeroporto secundários, por norma localizados distantes dos centros da cidade, de modo a evitar o

pagamento de elevadas taxas de assistência em terra e de operação. Este ponto é suportado pelo facto de o tempo em terra entre cada voo ser muito reduzido, efetuando os aviões muitas horas de voo por dia de modo a rentabilizar ao máximo todo o investimento. Por norma, as companhias de baixo custo também não recorrem a serviços prestados por terceiros como é o caso da limpeza dos aviões entre cada voo, uma vez que é feita pelos próprios funcionários. Outro ponto crucial na política de preços das companhias de baixo custo é a frota que utiliza. Esta por norma é constituída por apenas um tipo de avião, baixando assim os custos de manutenção, operação e de formação dos trabalhadores. Para além disso, na maioria das companhias de baixo custo, cada serviço extra é pago separadamente e não se encontra incluído na tarifa paga pelo bilhete de avião em si. Assim sendo, o transporte de bagagem, a escolha de lugar, as refeições e até em alguns casos a não impressão do cartão de embarque antes da chegada ao aeroporto, são pagos.

O modelo de negócio das companhias de baixo custo chegou por completo à Europa em 1995 com a fundação da *Ryanair*, podendo encontrar-se as chamadas LCC hoje em dia um pouco por todo o mundo. Nos Estados Unidos da América a *Southwest* expande-se cada vez mais como companhia reputada de baixo custo e na Europa companhias como a *Ryanair* ou a *Easyjet* fazem sucesso. Segundo Dobruszkes (2013, p. 75) *"In 2010, there were an estimated 94 LCAs worldwide carrying 650 million passengers (23.5%), operating 5.8 million flights (19.0% of all regular flights) and serving 16.4 thousand routes (21.4%)"*.

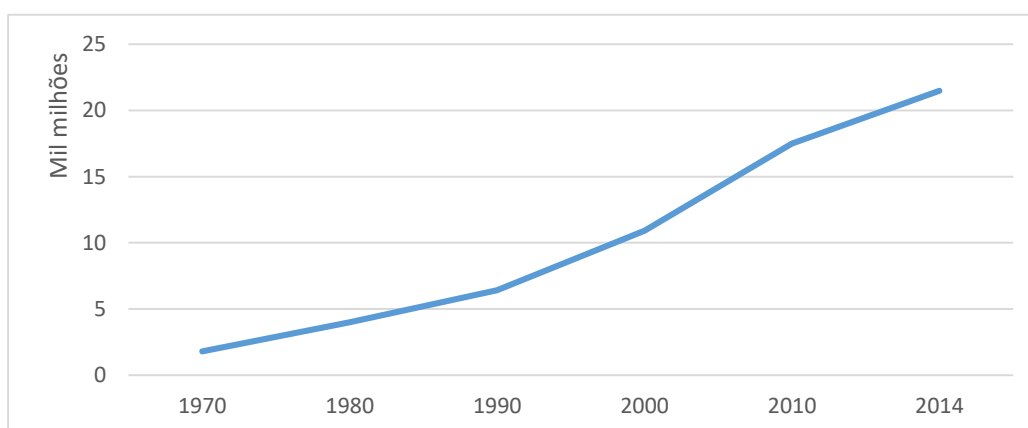
O segmento de mercado em que as companhias de baixo custo operam não é de todo restrito, pelo contrário. As LCC operam em vários segmentos atraindo desde estudantes até pessoas de negócios. Cada vez mais empresas optam pelas companhias de baixo custo para as suas viagens de negócio em detrimento das chamadas companhias de bandeira e isto não apenas pela questão do preço, mas sim também pelo cada vez maior leque de serviços que as LCC disponibilizam. A *Ryanair*, por exemplo, no âmbito do seu programa *"Always Getting Better"* criou, especialmente a pensar nas empresas e nas pessoas que viajam em negócio, o embarque prioritário, a franquia extra de bagagem a transportar na cabine e o corredor prioritário para controlo de segurança.

### 2.3. A aviação civil e a sua evolução

Tal como anteriormente mencionado, a aviação civil é das mais importantes indústrias a nível mundial, sendo responsável não apenas pelo mero transporte de pessoas e mercadoria entre dois lugares, mas sim também pelo conseqüente desenvolvimento do turismo. Muitos destinos turísticos em todo o mundo dependem do transporte aéreo como sendo a única forma de transporte quer para residentes, quer para visitantes.

Mais de um século após as primeiras tentativas de voo, a aviação civil parece mais forte que nunca, contando com centenas de companhias aéreas em todo o mundo, operando em milhares de rotas diariamente. Devido à constante inovação tecnológica e a cada vez maior procura no mercado da aviação civil, chegou-se ao ponto de ligar duas cidades em continentes diferentes, através do voo comercial mais longo do mundo (com base no ano de 2015) operado pela companhia australiana *Qantas*<sup>27</sup>, conectando Sydney e Dallas em 16 horas e 55 minutos. Ao longo das últimas décadas o número de passageiros a nível mundial foi aumentando significativamente tornando a indústria da aviação numa das mais competitivas de sempre.

Gráfico 2.1 – Número de passageiros registados mundialmente – sua evolução



<sup>27</sup> Companhia aérea australiana fundada em 1920.

Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo *World Data Bank*.

Valores em mil milhões

O gráfico acima representa a evolução do número total de passageiros transportados a nível mundial. No ano de 1970 já se contava com cerca 1.800.643.552 passageiros em todo o mundo, tendo o seu crescimento ao longo das décadas sido enorme. No ano de 2014 já se contou com 21.493.567.867 passageiros, e a tendência é aumentar. Quase nenhuma outra indústria conta com uma oferta e diversidade tão vasta como a do transporte aéreo, fazendo com que os preços tendem a descer sistematicamente. Contudo, as exigências por parte dos consumidores continuam elevadas, sendo os serviços prestados o principal fator de escolha e decisivo para além do preço praticado.

Como já anteriormente mencionado, a introdução das companhias aéreas de baixo custo revolucionou o segmento do transporte aéreo, criando um novo tipo de produto e, conseqüentemente, um novo segmento de mercado. Cada vez mais consumidores passaram a limitar as suas exigências ao mero transporte de uma cidade para outra, deixando de ser importante todo o restante serviço prestado. Foi este facto que obrigou muitas companhias de bandeira a mudar o seu produto de forma a competir com as companhias de baixo custo, nas rotas de curto e médio curso. Assim sendo, uma Lufthansa teve de criar novas tarifas de forma a poder competir com uma *Ryanair*, em rotas dentro da Europa. Para além das tarifas mais competitivas, o transporte gratuito de bagagem, o serviço a bordo e a assistência em terra passaram a fazer a diferença no processo de decisão por parte dos consumidores.

Com o evoluir da aviação e da oferta global, o conceito de baixo custo começou a expandir-se para as rotas de longo curso, abrindo um novo segmento de mercado. Um dos primeiros passos a nível europeu foi dado pelo Grupo *Deutsche Lufthansa AG*, a qual fundou em 2015 a companhia aérea de baixo custo *Eurowings*. Este fenómeno é bastante conhecido na aviação e é definido por Lin (2012, P. 637) como “*As a response to the penetration of LCCs, major carriers have begun establishing “low-cost, no frills” divisions to seek a competitive advantage against LCCs. This strategy started in the 1990s and has been called an “airlines-within-airlines” strategy*”. Esta nova marca irá operar na sua maioria

rotas para destinos turísticos fora da Europa seguindo o mesmo plano estratégico das companhias de baixo custo conhecidas até a data. A operação será feita com apenas um tipo de avião, o Airbus A330, de forma a reduzir os custos de manutenção, operação e formação, passando a venda primeira pelo mero bilhete de avião. Todo e qualquer serviço extra, como a bagagem, a escolha de assento, refeição a bordo, entre outros, são pagos separadamente.

Segundo Raya-Vilchez (2011) *“Tourists travelling on low-cost airlines (LCCs) in Europe have increased sharply, in contrast to the stagnation of traditional companies”*, sendo as companhias de bandeira obrigadas a mudar a sua estratégia e os seus produtos.

## **Capítulo 3**

### **O transporte aéreo e o turismo nos Açores**

### Capítulo 3. O transporte aéreo e o turismo nos Açores

#### 3.1. Caracterização do sistema de transporte antes da liberalização do espaço aéreo dos Açores

O sistema de transporte aéreo dentro da Região Autónoma dos Açores encontrava-se, antes de 31 de março de 2015, fortemente restrito devido à existência de um monopólio por parte das duas únicas companhias aéreas a operar nas rotas domésticas e nacionais. Segundo Calzada et al. (2014, P. 104) *“more than 50% of domestic routes in European countries are monopolized by one airline. Some thin and peripheral routes are protected with universal service regulations, but most routes are unregulated and their users are likely to receive poor service while paying higher costs for flights”*.

A palavra monopólio vem do grego *monos*, que significa um, e *polein* que significa vender, entendendo-se por este a prática de se comercializar um bem ou serviço sem concorrente direto e em carácter de exclusividade. A principal causa deste monopólio prendeu-se ao facto do espaço aéreo da RAA não ter sido liberalizado, impedindo assim a entrada de outras companhias no arquipélago.

Antes de dita liberalização do espaço aéreo, as ligações entre o arquipélago e o continente português encontravam-se impostas pelas obrigações de serviço público que por sua vez eram da responsabilidade do Governo da República. A operação nas rotas entre o Arquipélago e o Continente Português ficava a cargo de apenas duas companhias aéreas, a TAP Portugal e a SATA Internacional. Ambas comercializavam voos entre as cidades do Porto e Lisboa e cinco das nove ilhas em regime de *code-share*, por outras palavras, ambas as companhias aéreas vendiam estes voos, mas apenas uma os operava em determinado dia e horário. Somente a ilha de São Miguel recebia voos semanais de ambas as companhias.

É certo que esta política gerava uma grande dependência por parte dos consumidores, limitando o seu poder de escolha e sujeitando-os a preços elevados. De modo a reduzir o impacto da insularidade e garantir o direito a transporte por parte dos residentes na RAA, o Governo Regional definiu uma tarifa residente, a qual se traduzia num valor máximo a praticar, com base nos dados disponibilizados no site da Sata.pt (acedido

em março 2016) que ia de 88,50 Euros até aos 146,50 Euros por pessoa, em bilhete de ida e regresso. Assim, qualquer pessoa residente na RAA, quando devidamente comprovado, usufruía desta tarifa promocional. O mesmo benefício foi dado a passageiros que eram estudantes de uma universidade nacional, tendo assim acesso a tarifa promocional de estudante, cujo valor máximo era de 146,50 Euros. Contudo e apesar dos benefícios atribuídos a estes dois segmentos de mercado, o movimento de passageiros e a ocupação dos voos era de longe satisfatória. O número de lugares por voo com uma tarifa de 88 Euros por pessoa, eram muito limitados e rapidamente esgotados, sendo a realidade para muitos consumidores bem mais cara. Por um lado, o turismo *outgoing*<sup>28</sup> sofria imenso uma vez que o simples segmento Ponta Delgada – Lisboa – Ponta Delgada custaria em média a volta dos 200 Euros, estando assim além das capacidades financeiras da maioria da população local. Por outro lado, o elevado custo das passagens aéreas limitou em grande escala o turismo *incoming*<sup>29</sup>, fazendo do destino Açores um destino turístico de luxo, no que diz respeito ao preço. Muitas pessoas optavam por outros destinos mais acessíveis em detrimento dos Açores, tendo esta escolha um elevado impacto no desenvolvimento da região, uma vez que esta vive essencialmente do turismo.

Enquanto os residentes na RAA tinham acesso a tarifas promocionais, todos os outros potenciais consumidores tinham que adquirir as passagens aos preços regulares em sistema, podendo estes chegar até aos 450 Euros por pessoa, em bilhete de ida e regresso. É certo que um valor destes não fazia dos Açores um destino cativante, principalmente no que diz respeito ao turismo nacional. Situação semelhante se verificava nas rotas inter-ilhas, as quais são unicamente operadas pela transportadora local Sata Air Açores, passando a distinção das tarifas pelos mesmos critérios anteriormente referidos. Assim, o turismo concentrava-se na sua maioria nas ilhas de São Miguel, Santa Maria, Pico, Faial e Terceira, que tinham as chamadas *gateways*, ou seja, aeroportos com ligações diretas para o exterior (fora da RAA). A deslocação para qualquer outra ilha era assim muito dispendiosa,

---

<sup>28</sup> Designação dada a todo o tipo de turismo que tem por base a comercialização de pacotes turísticos/viagens cujo destino final são países/regiões que não o de residência

<sup>29</sup> Designação dada a todo o tipo de turismo que tem por base a comercialização de pacotes turísticos/viagens, do ponto de vista do país recetor, à pessoas residentes no exterior deste

tornando o destino Açores num produto pouco competitivo, quer a nível nacional, quer a nível internacional.

### 3.1.1. Companhias a operar para São Miguel e seu tráfego antes da liberalização

Antes da liberalização do espaço aéreo, operar rotas para os Açores era um processo demorado e dispendioso. Muitas companhias aéreas, apesar do interesse demonstrado, acabariam por desistir e o destino continuava sem concorrência na aviação. Até início de 2015, poucas companhias de bandeira operavam para a RAA, nomeadamente a TAP Portugal, a SATA Internacional, a Sata Air Açores, a *Air Berlin*, tal como duas companhias em regime de *charter*<sup>30</sup>, a *Tuifly* e a *Primera Air*. A companhia alemã *Air Berlin*, começou a operar para os Açores, mais precisamente Ponta Delgada, em novembro de 2008, a partir de Nuremberga e depois Düsseldorf, tornando-se concorrente direto da SATA Internacional ao garantir as ligações para diversas cidades alemãs através de conexões acessíveis dentro da Alemanha.

Tabela 3.1 – Rotas operadas antes da liberalização

TAP Portugal	Lisboa – Ponta Delgada – Lisboa Lisboa – Pico – Lisboa Lisboa – Terceira – Lisboa Lisboa – Faial - Lisboa
SATA Internacional	Ponta Delgada – Lisboa – Ponta Delgada Ponta Delgada – Porto – Ponta Delgada Santa Maria – Lisboa – Santa Maria Terceira Ponta Delgada – Frankfurt – Ponta Delgada

<sup>30</sup> Voo operado por conta de uma companhia aérea, na maioria das vezes, em nome de um operador turístico, cuja venda de lugares se encontra diretamente ligado à comercialização de um pacote e/ou serviços turísticos no destino, como hotéis, entre outros.

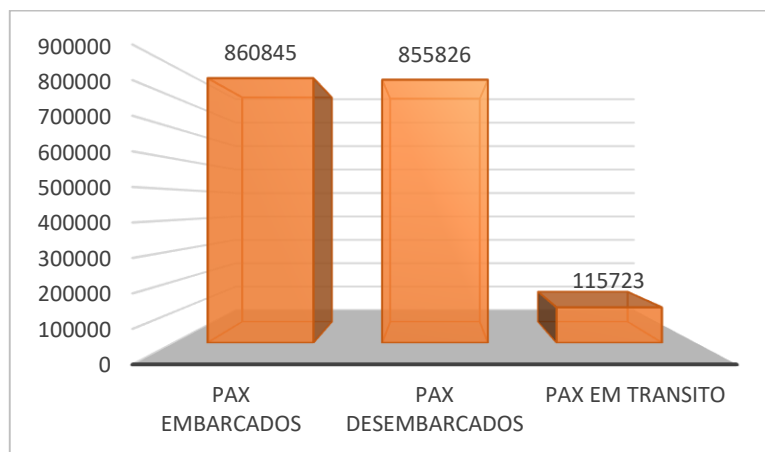
	Ponta Delgada – Munique – Ponta Delgada Ponta Delgada – Madrid – Ponta Delgada Ponta Delgada – Londres – Ponta Delgada Ponta Delgada – Amsterdão – Ponta Delgada Ponta Delgada – Paris – Ponta Delgada
Air Berlin	Nuerenberga/Düsseldorf – Ponta Delgada – Nuerenberga/Düsseldorf
TuiFly em regime de charter	Amsterdão – Ponta Delgada – Amsterdão Amsterdão – Terceira – Amsterdão
Primera em regime de charter	Várias cidades da Noruega, Suécia e Dinamarca para Ponta Delgada

Fonte: Elaboração própria com base nas páginas web das companhias aéreas e da ATA

Do ponto de vista dos turistas a oferta era relativamente grande, podendo optar, em alguns países de origem, por voos em companhias de bandeira, mas também por voos *charter* vendidos num pacote turístico, como é o caso da rota entre Amsterdão e Ponta Delgada. No caso da Alemanha, a oferta e o preço oscilaram muito com a chegada da *Air Berlin* em novembro de 2008. A SATA Internacional recebeu com esta nova operação um concorrente forte no que diz respeito ao mercado alemão.

Mas, do ponto de vista dos consumidores locais, apenas duas companhias internacionais eram responsáveis por todas as ligações com o continente português, a SATA e a TAP. Estas operavam as suas rotas em code-share, acabando por não ser concorrentes diretos, sendo a concorrência nestas rotas quase nula.

Gráfico 3.1 – Número de passageiros registados na RAA em 2013

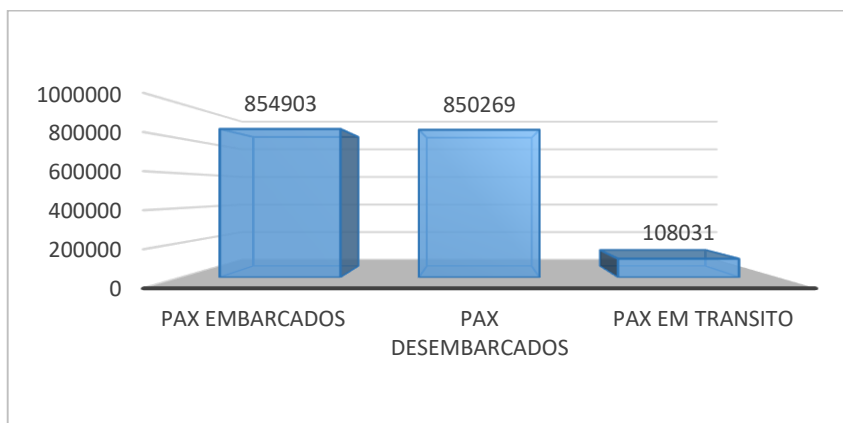


Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo SREA. Valores em milhares

O gráfico acima mostra o número total de passageiros na RAA no ano de 2013, ano em que o espaço aéreo ainda não se encontrava liberalizado. Na classificação do total de passageiros, distingue-se entre passageiros embarcados na RAA, ou seja, que tiveram o início da sua viagem dentro do Arquipélago, os passageiros desembarcados na RAA, ou seja os que tiveram como destino final de viagem uma ilha dos Açores e todos os passageiros em trânsito, principalmente na rota Boston – Lisboa com paragem em Ponta Delgada e vice-versa. Como se pode verificar o número de passageiros embarcados foi ligeiramente superior ao número de passageiros desembarcados com 860845 mil e 855826 mil passageiros, respetivamente, indicando assim uma diferença de 5019 passageiros no ano de 2013.

O mesmo pode ser verificado no gráfico abaixo, cujos dados dizem respeito ao ano de 2014 e em que o número total de passageiros embarcados foi novamente superior ao número de passageiros desembarcados, tendo estes registado um total de 854903 mil e 850269 mil passageiros respetivamente. Tais valores representam uma diferença de 4634 mil passageiros no ano de 2014.

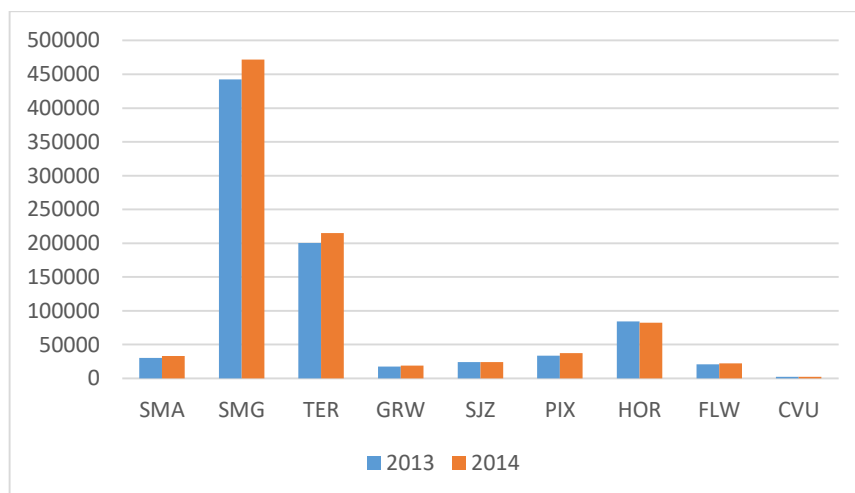
Gráfico 3.2 – Número de passageiros registados na RAA em 2014



Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo SREA. Valores em milhares

De certo modo, pode-se afirmar que a evolução entre o ano de 2013 e o ano de 2014 foi relativamente constante, verificando-se, contudo, um ligeiro aumento no ano de 2014, tal como se pode verificar nos gráficos abaixo.

Gráfico 3.3 – Evolução do desembarque por ilhas entre 2013 e 2014

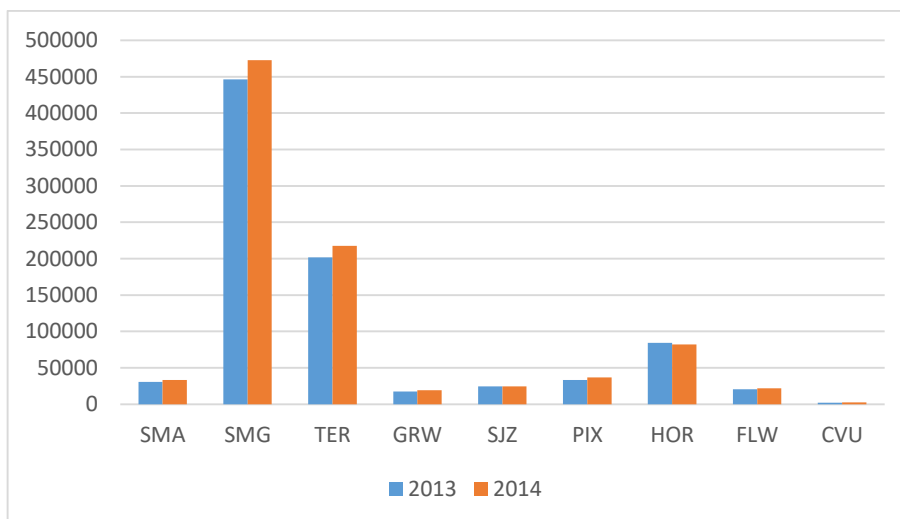


Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo SREA. Valores em milhares

O desembarque entre os dois anos, foi maior no ano de 2014, atingindo o seu número máximo da RAA na ilha de São Miguel com 471 971 mil passageiros. Seguindo-se a

Terceira e o Faial, com 215 143 e 82 613 mil passageiros respetivamente. Estes números justificam-se por se tratar de ilhas com rotas que apresentam maior afluência durante todo o ano. Para além disso trata-se das mais importantes *gateways* do arquipélago.

Gráfico 3.4 – Evolução do embarque por ilhas entre 2013 e 2014



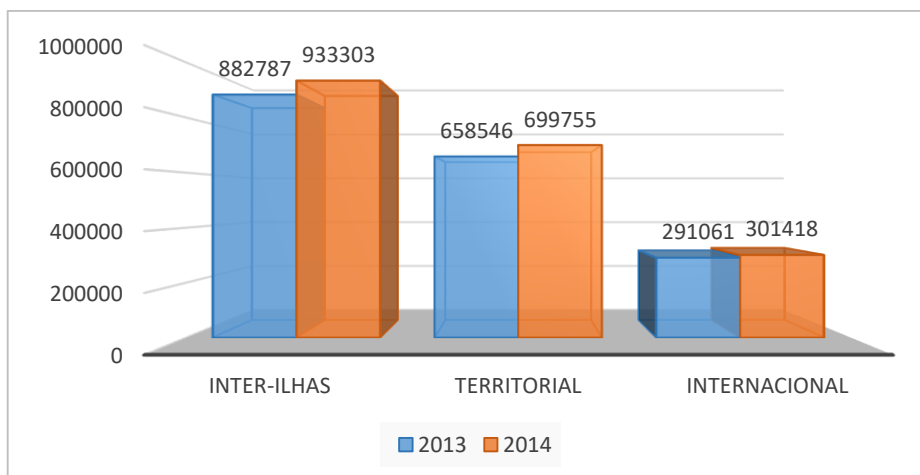
Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo SREA. Valores em milhares

Semelhante cenário se verifica nos embarques registados nos Açores durante 2013 e 2014, destacando-se as ilhas com mais tráfego, nomeadamente São Miguel, Terceira e Faial com 472 876, 217 413 e 82 325 mil passageiros, respetivamente. A principal diferença que se verifica nos embarques é que na ilha do Faial, ao contrário de todas as outras ilhas, os embarques no ano de 2013 foram ligeiramente superiores do que no ano de 2014, tendo se assim verificando de um ano para o outro uma redução de 2078 mil passageiros.

O principal interesse está em saber o tipo de rota em que partem ou chegam os passageiros na RAA. Com base no gráfico abaixo podemos constatar que o maior movimento nos aeroportos da região é devido aos voos inter-ilhas, operados pela SATA Air Açores. Seguem-se os voos dentro das fronteiras portuguesas, nomeadamente os voos entre a RAA e as cidades de Lisboa, Porto e Funchal. O tráfego internacional encontra-se em minoria quer pelo facto de os Açores terem sido, nesta altura, um destino pouco competitivo devido aos elevados preços das passagens aéreas, quer pela restrição à

entrada de novas companhias aéreas e a conseqüente impossibilidade de se criar novas rotas e operar em novos mercados.

Gráfico 3.5 – Evolução do número de passageiros por tipo de voo entre 2013 e 2014



Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo SREA. Valores em milhares

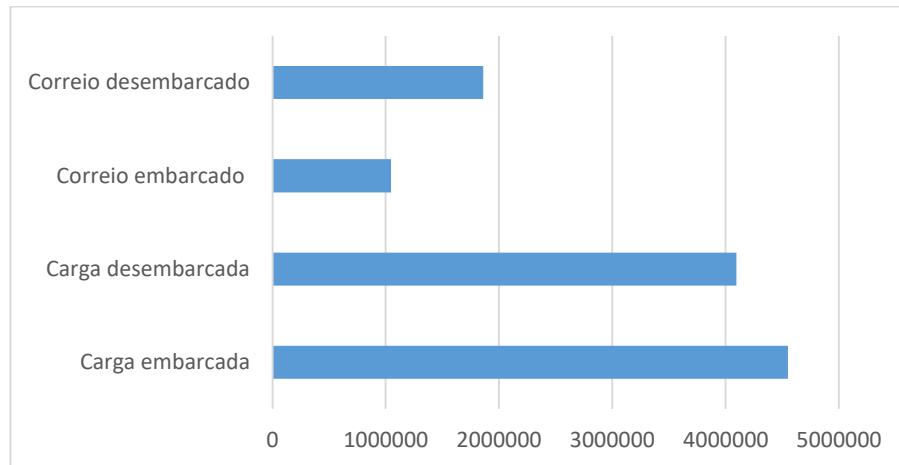
### 3.2 A importância das companhias aéreas para a Região dos Açores

O transporte aéreo é de enorme importância para a região e todas as ilhas do arquipélago. Por um lado, a indústria turística dos Açores vive essencialmente da aviação, estando o seu desenvolvimento diretamente ligado ao número de rotas e frequências semanais. A grande maioria dos turistas, independentemente da sua origem, chega a RAA de avião. O espaço aéreo não liberalizado foi durante anos um entrave ao desenvolvimento do turismo nas ilhas e ao conseqüente desenvolvimento económico. Com quebras constantes no número de turistas e um grande problema de sazonalidade, os postos de trabalho eram escassos e, em alguns casos, limitados à época alta.

Mas, por outro lado, não apenas o turismo vive do transporte aéreo, mas sim também todo o desenvolvimento da região, como é o caso da importação e exportação. É certo que a via marítima é também de enorme importância no transporte de mercadoria tal como na sua comercialização, mas o transporte aéreo é primário, principalmente no

que diz respeito ao transporte de mercadoria fresca e, conseqüentemente, de elevado valor. Muitas indústrias da RAA dependem da aviação e sua frequência em determinadas rotas. Por exemplo, parte do peixe apanhado no Arquipélago é vendido para Portugal Continental, sendo essencial o seu transporte rápido e seguro.

Gráfico 3.6 – Total de carga registada no ano de 2015



Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo SREA. Valores em kg

O gráfico acima apresentado demonstra a quantia de carga embarcada e desembarcada nos Açores no ano de 2015, tal como o total de correio transportado. Com a liberalização do espaço aéreo e a entrada de companhias de baixo custo, as companhias de bandeira, nomeadamente a SATA e a TAP, reduziram a sua frequência semanal de voos, diminuindo também assim o espaço livre para carga. Principalmente os voos entre os Açores e o continente português transportavam diariamente uma grande quantia de carga, incluindo correio. Como acima se pode constar, a carga embarcada registou aproximadamente um total de 4 toneladas e 550 252 quilos, tendo a carga desembarcada registado um total de 4 toneladas e 94 750 quilos. O transporte de correio, apresentou valores muito inferiores a carga, atingindo o seu auge no correio desembarcado com um total de 1 tonelada e 861 069 quilos.

Para além disso, muitas indústrias locais estão diretamente ligadas ao transporte aéreo da região uma vez a comercialização dos seus bens e produtos depende fortemente

das ligações de/para a RAA. A indústria piscatória é um destes exemplos, grande parte do peixe capturado diariamente dentro da RAA é exportado para o continente português. É certo que o transporte do peixe e marisco tem de ser assegurado dentro de poucas horas, uma vez que se trata de um produto com reduzida durabilidade. Mas, também a exportação de muitos outros bens dependem da aviação dentro da Região Autónoma, como é o caso dos produtos lácteos produzidos no Arquipélago, frutos locais como é o caso do ananás, chá, vinhos, carne de bovino, entre outros. Após a liberalização e com a consequente redução no número de voos operados pelas companhias aéreas de bandeira, muitas indústrias vêm a sua capacidade de transporte limitada, causando elevadas quebras nas vendas. O mesmo se sucede com os bens importados na região, ficando o seu transporte condicionado à capacidade de carga dos aviões e da frequência dos voos.

Podemos assim afirmar que o transporte aéreo é de elevada importância para a região, quer para os residentes e o desenrolar do turismo dentro do Arquipélago, quer para todo o comércio, importação e exportação de bens.

### **3.3. O novo sistema de transporte aéreo**

#### **3.3.1. Transporte aéreo, companhias de baixo custo e turismo**

A liberalização do espaço aéreo e a consequente chegada de duas companhias aéreas de baixo custo, simbolizaram o início de uma mudança radical quer a nível do transporte aéreo propriamente dito, quer a nível do turismo e de todos os sectores pendentes desta forma de transporte. Segundo Donzelli (2010, P. 121) *“Low-cost carriers (LCC) introduced a new business model into the aviation sector, based on higher levels of operational efficiency mixed with low fares. This in turn has generated a shift from air travel being a just-for-few mode to being a commodity, resulting in increasing traffic.”*

Contudo, a maior alteração foi sentida por um lado nos serviços de obrigação pública de transporte e por outro lado no turismo *incoming*. No que diz respeito ao primeiro ponto foram introduzidas, num cenário pós-liberalização, algumas alterações de grande impacto para a aviação nos Açores, nomeadamente a eliminação da tarifa de residente, apresentada anteriormente. A partir deste momento, deixou de se fazer

distinção entre os passageiros residentes dentro da RAA e os passageiros com residência fora da RAA, passando a haver uma tarifa única, acessível para qualquer pessoa.

Segundo Calzada et al. (2014, P. 104) *“Several European national and regional governments have introduced sizeable air service discount schemes that benefit island residents on domestic routes which have islands as their endpoints. These discounts are financed by governments, which subsidize the price paid by island residents”*. Com a liberalização do espaço aéreo procedeu-se assim à implementação do chamado “Novo Modelo de Transporte Aéreo de Passageiros”, o qual entrou em vigor a 29 de março de 2015 e visa um transporte mais fácil, comodo e acessível para todos. Este novo modelo segue um princípio relativamente simples, em vez da distinção entre residente e não residente ser feita na tarifa, tendo prejudicado assim, em muitos casos, todos aqueles que não tinham residência na RAA, a diferenciação é agora feita *A posteriori*. Por outras palavras, uma pessoa com residência em Lisboa poderá agora adquirir a passagem ao mesmo preço que uma pessoa residente nos Açores, recebendo esta última, depois de realizada a viagem, um subsídio social de mobilidade que se baseia na tarifa máxima afixada pelo Governo Regional, 134€ por pessoa em bilhete de ida e volta. Ou seja, um passageiro com residência dentro da RAA, poderá até pagar, no momento da emissão do bilhete, um valor superior a 134€, mas ser-lhe-á reembolsado a diferença após ter voado o (s) respetivo (s) segmento (s).

É certo que no presente cenário de liberalização, a maioria das ilhas do Arquipélago ficaram mais prejudicadas comparativamente com São Miguel, uma vez que as companhias de baixo custo apenas abriram rotas para Ponta Delgada, no início da operação (altura do presente estudo). De modo a corrigir esta disparidade, foi introduzido o sistema dos encaminhamentos. Este princípio baseia-se nas chamadas *“gateways”*, ou seja, todas as ilhas cujo aeroporto tem uma ligação direta ao exterior (Santa Maria, São Miguel, Terceira, Faial e Pico). Este serviço de encaminhamento é prestado pela companhia aérea regional Sata Air Açores e visa a equidade entre os residentes nas várias ilhas da Região, tal como o seu turismo. Por outras palavras, um passageiro residente na Ilha da Graciosa, ilha esta que não é considerada uma *“gateway”* por não ter ligação direta ao exterior, pode usufruir de um encaminhamento gratuito para uma das *“gateways”* acima indicadas, num prazo de 24

horas antes da partida do seu voo para o continente português ou Madeira. Deste modo a pessoa residente na Graciosa já não se encontra em desvantagem perante uma pessoa com residência na Ilha de São Miguel, podendo usufruir de forma igual das companhias de baixo custo, ou qualquer outra ligação aérea dentro do território português. O mesmo também é aplicável a um turista que queira visitar por exemplo a Ilha de São Jorge. Dado que esta ilha não tem ligações diretas para o exterior, o turista poderá voar diretamente de Lisboa para a Ilha da Terceira, por exemplo, e seguir depois viagem num voo Sata Air Açores, num prazo máximo de 24 horas, para o seu destino final dentro da RAA.

É certo que a aviação é um dos principais fatores de desenvolvimento do turismo a nível mundial, sendo de especial importância para destinos insulares, como é o caso dos Açores. Segundo Dobruszkes et al. (2013, p. 23) *“the liberalisation of the market has resulted in a dramatic reduction of fares, especially on routes where LCC operate, with an undoubtedly positive effect on leisure tourism. Airfares can be seen a vital performance indicators for many tourist destinations”*, podendo assim afirmar-se que a liberalização e consequente alteração nos preços ter sido um impulso ao desenvolvimento e crescimento do turismo na RAA.

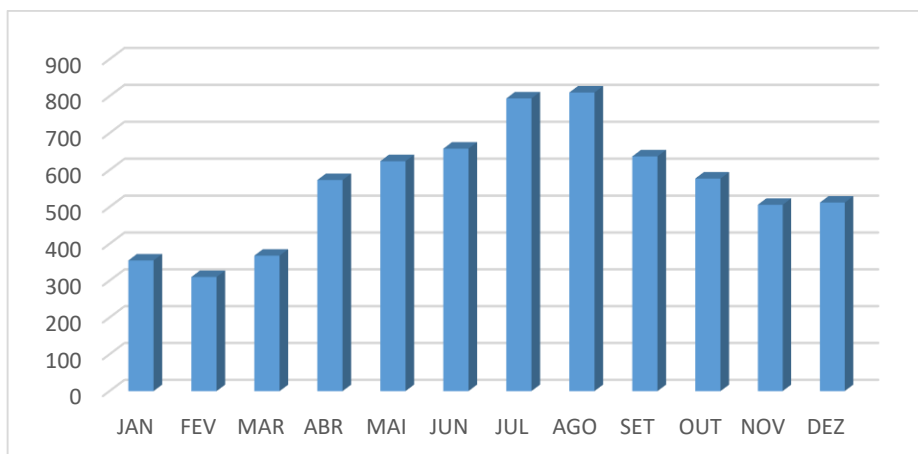
### **3.3.2. Tráfego e movimento após a liberalização**

Com a liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo, o tráfego dentro da RAA aumentou significativamente. Não apenas se verificou um aumento no número de passageiros desembarcados na região, cujos quais incentivaram o crescimento do turismo no Arquipélago, mas também um aumento significativo no número de passageiros embarcados nos Açores, aumentando assim o turismo *outgoing* proporcionado por uma maior diversificação e, consequentemente, um maior poder de escolha.

Segundo Calzada et al. (2014, P. 104) *“the airlines reconfigured their networks, enhanced service quality, set lower prices and began operating more strategically. The lowering of entry barriers, the success of low-cost airlines, and the capacity expansion achieved by many airports increased competition and productive efficiency”*. Após o início

da operação das duas companhias aéreas de baixo custo, a *Ryanair* e a *Easyjet*, a oferta de voos entre São Miguel e o continente português aumentou significativamente, passando de duas companhias aéreas a operar nestas rotas para quatro.

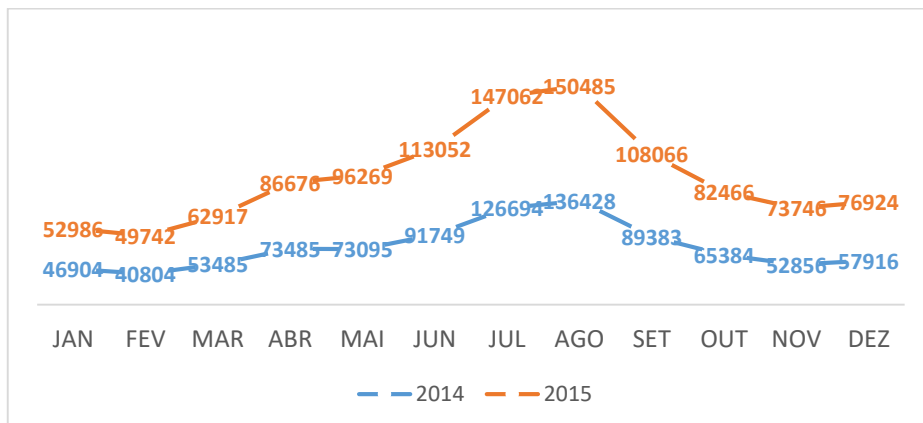
Gráfico 3.7 – Número total de aviões na Ilha de São Miguel no ano de 2015



Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo SREA

O gráfico acima apresentado demonstra o número total de aviões registados na Ilha de São Miguel durante o ano de 2015. Apesar do auge se verificar nos meses de Verão, com um total de aproximadamente 800 aviões no mês de agosto, pode-se ver um significativo crescimento após a liberalização do espaço aéreo, ou seja, a partir do mês de abril. Mesmo nos meses correspondentes à época baixa, nomeadamente novembro e dezembro, verifica-se um número relativamente elevado de aviões na ilha de São Miguel. Fenómeno semelhante pode ser verificado no quadro abaixo em que é relacionado o desembarque total dentro da RAA entre o ano 2014 e 2015. Ou seja, num cenário anterior e posterior à liberalização. Durante o ano de 2014, o número total de passageiros desembarcados, rondou os 47 000, 136 000 e os 58 000 nos meses de janeiro, agosto e dezembro, respetivamente.

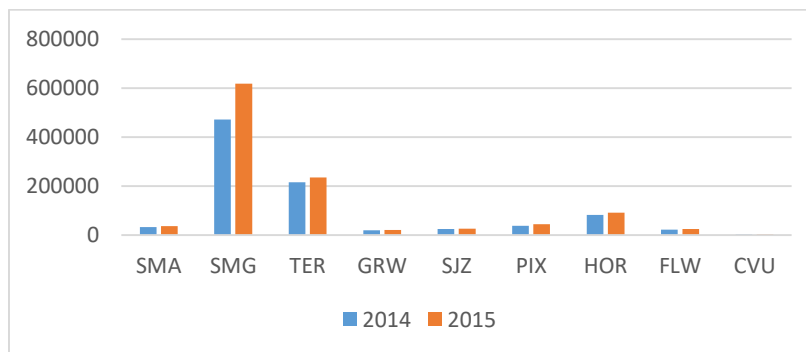
Gráfico 3.8 – Evolução do total de passageiros desembarcados entre 2014/2015



Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo SREA

Apesar da diferença no número total de passageiros desembarcados nos Açores, verifica-se um crescimento acentuado após a liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo, em início de abril de 2014. Comparativamente, a diferença nos três primeiros meses dos anos 2014/2015 foi de 8150 passageiros em média, aumentando esta diferença exponencialmente a partir do início de abril e atingindo o seu máximo no mês de junho com uma diferença de 21 303 passageiros. O número máximo de passageiros desembarcados na região é atingido no mês de agosto, com um total 150 485, verificando-se a partir daí uma queda acentuada, em 42 419 passageiros, tendo desembarcado no mês de setembro 108 066 pessoas.

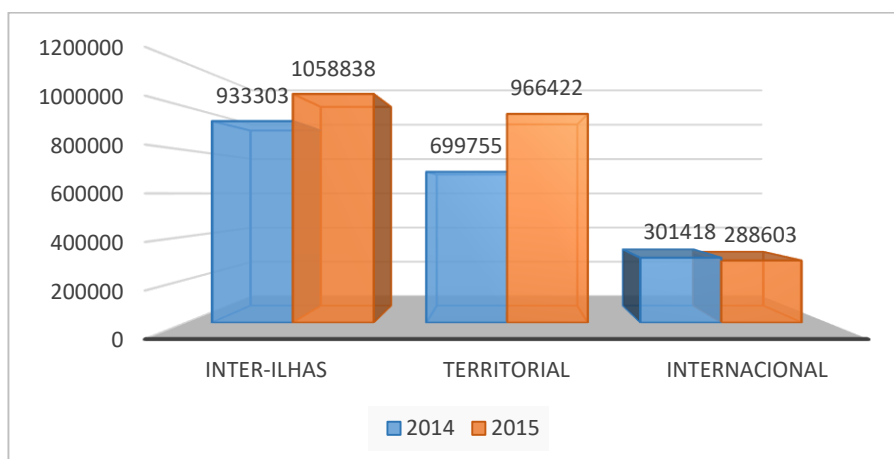
Gráfico 3.9 – Evolução do total de passageiros desembarcados entre 2014/2015, por ilhas



Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo SREA

No gráfico acima pode-se ver a distribuição do total de passageiros desembarcados por ilhas, concentrando-se a sua maioria nas ilhas cujos espaços aéreos foram liberalizados, São Miguel e Terceira. Certamente o maior fluxo foi sentido na ilha de São Miguel dada a chegada das companhias de baixo custo, tendo apresentado no ano de 2014 um total de 471 971 passageiros, comparativamente com 618 829 passageiros em 2015. Em comparação, a ilha da Terceira, apresentou valores que rondaram os 215 143 passageiros no ano de 2014 e 234 668 no ano de 2015. Apesar desta diferença ser maior na ilha de São Miguel, todas as ilhas do Arquipélago registaram um aumento no número de passageiros. Isto deve-se principalmente ao novo sistema de transporte aéreo aplicado na RAA, tendo facilitado o transporte entre as diversas ilhas, principalmente também para turistas. As outras ilhas que registaram um maior aumento relativo ao número de passageiros, foram o Faial, Pico e Santa Maria com um total de 91 940, 44 559 e 36 368 respetivamente. Ilhas estas que são consideradas as chamadas “gateways” ao terem ligações diretas para com o continente português, nomeadamente Lisboa.

Gráfico 3.10 – Evolução do total de passageiros entre 2014/2015, por tipo de voo



Fonte: elaboração da autora com base nos dados disponibilizados pelo SREA

O gráfico acima apresentado, mostra a distribuição do número total de passageiros consoante a sua origem em relação ao tipo de voo. Pode-se constatar que grande parte do fluxo de passageiros verificado dentro da região é originado com base nos voos inter-ilhas, seguido pelos voos territoriais, nomeadamente as ligações entre a RAA e as cidades de

Lisboa, Porto e Funchal. Os voos internacionais têm no ponto de vista global um peso menor, dada a relativamente fraca relação de procura/oferta entre a RAA e o exterior, centrando-se a maior atenção no mercado norte-americano, canadiano e alemão.

É certo que o aumento de concorrentes diretos teve também impacto no preço das passagens aéreas e na atitude de consumo das pessoas. Preços mais baixos levaram a uma maior procura e conseqüentemente a um desenvolvimento acelerado do turismo. Por um lado, o turismo *outgoing* aumentou significativamente uma vez que a elevada redução nos preços incentivou muitas pessoas a viajar. Por outro lado, o turismo *incoming* cresceu de forma acelerada, tendo-se verificado a criação de um novo segmento de mercado, o de curta duração. Muitos turistas aproveitaram durante o ano de 2015 as reduzidas tarifas aéreas para passar um fim-de-semana prolongado aos Açores.

## Capítulo 4 – Metodología

## Capítulo 4. Metodologia

O presente capítulo visa apresentar a metodologia utilizada neste trabalho tal como os respetivos instrumentos, a seleção do público-alvo e as delimitações do estudo, questões inerentes e suas preposições.

Podemos afirmar que a pesquisa corresponde a um processo científica que respeita determinados passos e que segue uma estrutura previamente definida, incluindo pontos essenciais como a definição de um problema de pesquisa, suas preposições, a coleta de dados, a respetiva análise e a consequente confirmação, ou não, das preposições.

Vianna (2001) classificou todo o ato de pesquisa em três grandes grupos: a pesquisa exploratória, a pesquisa descritiva e a pesquisa explicativa. A primeira, a pesquisa exploratória tem como base, na maioria dos casos, descobertas científicas, visando proporcionar informações sobre o objeto de estudo definido e orientar as posteriores conclusões. A segunda, a pesquisa descritiva, tem como base o facto do estudo e a pesquisa serem realizados sem haver qualquer intervenção direta por parte do pesquisador, sendo a sua finalidade maioritariamente a observação. A terceira, a pesquisa explicativa regista, ao contrário da descritiva, fatos sendo dado ênfase à sua análise e sua interpretação, apurando as causas para as mesmas.

O estudo sobre a liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo visou o seguinte:

1. Recursos para caracterizar o serviço de transporte aéreo na Região antes da liberalização;
2. Apresentar as alterações ocorridas neste mesmo serviço de transporte através da recolha de informações por parte das companhias aéreas;
3. Medidas, taxas, estatísticas que comprovam a influência no turismo regional;
4. Perceção e opinião do ponto de vista do consumidor/cliente residente nos Açores tal como dos funcionários do sector turístico e da aviação;
5. Influência no sector económico e financeiro da região

Como base nestes aspetos, seguiu-se uma metodologia descritiva quantitativa, uma vez que visou observar a forma como as pessoas reagiram ao novo modelo e à nova realidade de transporte aéreo, visando quantificar as opiniões de um conjunto de pessoas, através da realização de questionários anónimos, via internet. Por outro lado, seguiu igualmente uma metodologia descritiva qualitativa, uma vez que visou o levantamento de dados de origem pessoal de um determinado grupo de pessoas, tendo sido posto em prática através do recurso a entrevistas semiestruturadas. Segundo Perovano (2014) a pesquisa descritiva pode ser vista como um estudo de caso, onde após a obtenção de dados é feita uma análise e a consequente determinação dos efeitos que este tem.

Para além disso e tendo em conta que o presente trabalho de investigação visa o estudo de uma realidade existente, atuando o investigador como observador do acontecimento, tal como descrito por Saunders e Thornhill (2009), recorreu-se também à técnica descritiva da realidade, tendo-se tido como base realidades semelhantes em outros países e/ou regiões, procedendo-se à uma comparação de fatos.

#### **4.1 Instrumento Utilizado**

Visando o objetivo final de obter dados suficientes para caracterizar a realidade da liberalização do espaço aéreo na RAA e a consequente chegada das companhias de baixo custo, optou-se por recorrer à recolha de dados primários e secundários. A recolha de dados primários foi realizada de duas formas diferentes: um questionário dirigido a residentes na RAA, independentemente se estes se encontram no seu âmbito profissional ligados ou não ao Turismo e/ou à aviação e entrevistas semiestruturadas a pessoas que trabalham no Turismo/Aviação. O questionário visou obter uma visão geral sobre a opinião pessoal de cada participante, quer sobre a liberalização propriamente dita, quer sobre as alterações que a mesma causou no turismo dentro da RAA e o no transporte aéreo com partida/chegada dentro da Região. Recorreu-se ao uso de perguntas fechadas e, em alguns casos, de escolha múltipla, tendo tido por base um guião de entrevista sem dirigida que se apresenta de seguida:

- Idade
  - Residente nos Açores
  - Concorda com a liberalização do espaço aéreo?
  - Concorda com a chegada das companhias de baixo custo?
  - Já viajou nas companhias de baixo custo de/para São Miguel?
  - Quando viaja de/para o Continente Português, por qual companhia aérea opta?
  - Quais os critérios essenciais para a sua escolha?
  - Considera o novo modelo de transporte aéreo melhor?
  - Sentiu uma mudança no Turismo dentro da RAA após a liberalização?
  - Considera que as pessoas residentes na RAA viajam mais, após a liberalização?
  - No cenário pós-liberalização, como avalia as seguintes situações?
  - Quais são, no seu ver, os pontos positivos da liberalização e da chegada das companhias de baixo custo?
  - Considera que a liberalização e a chegada das companhias de baixo custo tornaram o destino Açores mais conhecido?
  - Considera que a liberalização fez aumentar a oferta turística?
  - Considera que a liberalização e a chegada das companhias de baixo custo fez aumentar o número de turistas na RAA?
  - Considera que a liberalização fez aumentar a oferta de emprego dentro da RAA?
  - Considera que a RAA pode estar em risco de se tornar num destino de massas?
- 

Os dados foram posteriormente analisados com recurso a metodologias de análise de dados qualitativos e quantitativos. Para além disso, dado o presente contexto, e o facto de se pretender a análise e o estudo de uma determinada realidade atual, definiu-se a estratégia intensiva como a mais adequada. Tal opção pode ser fundamentada quer pelo facto de que o campo de estudo ser relativamente reduzido, sendo possível uma abordagem direta, por exemplo, a funcionários de empresas do sector de turismo, residentes e/ou observação da realidade em causa, aplicando-se assim técnicas qualitativas. Também importante realçar será o facto de foi possível a obter dados estatísticos, fazendo, assim, corresponder a técnicas quantitativas.

Foram também utilizados no presente trabalho de investigação, por um lado técnicas documentais, através da pesquisa, a qual foi definida por Saunders (2009, p. 144) como “*The survey strategy is perceived as authoritative by people in general and is both comparatively easy to explain and to understand*”, de documentos, relatórios e estudos feitos dentro desta temática e aplicados a outras regiões semelhantes. Por outro lado, foi também aplicada uma técnica não documental através de uma observação não participante da realidade em estudo.

Pode assim se concluir que foi feito recurso a 3 categorias de informação:

**Categoria 1:** Todos os dados quantitativos através do uso de questionários;

**Categoria 2:** Todos os dados qualitativos através do uso de entrevistas;

**Categoria 3:** Triangulação de informação através do recurso a fontes secundárias, como pesquisas bibliográficas, dados estatísticos e os resultados do estudo empírico

#### **4.2 Seleção dos participantes**

O questionário foi lançado de forma *online*, através de portal survio.com e dirigido a um determinado conjunto de pessoas, principalmente através das redes sociais, emails e divulgação entre contactos directos e indirectos (amostragem por conveniência).

Para a realização das entrevistas, recorreu-se a uma seleção determinada, como base em certos pontos determinantes como por exemplo: trabalhar na área do turismo, viajado de avião e estar diretamente ligado ao transporte aéreo, quer através da sua profissão, quer através do uso recorrente a este meio de transporte.

#### **4.3 Delimitação do estudo, questões de investigação e preposições**

Dada a temática do estudo, há que deixar claro que a principal limitação é por um lado o tempo do qual se dispõe para a sua realização e, por outro lado, o facto de se tratar de um tema completamente novo dentro da região em estudo. Tendo em conta que a liberalização apenas se deu em início de 2015 e as primeiras companhias aéreas de baixo

custo começaram a operar para os Açores em abril deste mesmo ano, há ainda poucas informações e estudos sobre esta temática. Todo o impacto é ainda muito recente e foi difícil avaliar o seu comportamento dentro da RAA e qual o seu impacto no futuro. Os prognósticos tiveram de basear em relatos e estudos feitos por destinos comparativos aos Açores, nomeadamente ilhas, cujas quais também presenciaram a abertura do espaço aéreo. Para além disso, verificou-se que muitos dos residentes dentro da RAA têm uma opinião dividida sobre todo o processo de liberalização, não havendo unanimidade no rumo que a aviação irá seguir na Região no futuro. É possível que todo o processo de liberalização venha a ser considerado como um acontecimento positivo, sendo que os pontos positivos e suas externalidades superem os negativos, mas para isso o acontecimento ainda é muito recente, o rumo incerto e as pessoas na sua maioria divididas e até reticentes sobre a opinião a ter.

Contudo, de forma a estudar e perceber o ponto de vista de uma pequena amostra dos residentes dentro da RAA, realizou-se um questionário *online* que gerou em volta da seguinte questão de investigação:

Qual a perceção das partes interessadas relativamente à entrada das companhias aéreas baixo custo na ilha de São Miguel?

A questão de investigação por sua vez, subdividiu-se em 3 pontos essenciais:

1. Uso pessoal do meio transporte aéreo, com ênfase para as companhias a utilizar e os fatores determinantes para a escolha;
2. Opinião pessoal sobre a liberalização e a chegada das companhias de baixo de custo
3. Opinião pessoal sobre as alterações que se verificaram, nomeadamente, no turismo, no emprego e no destino Açores, após a liberalização

Assim sendo definiu-se as seguintes preposições de investigação:

P1: A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo mudou a forma e o hábito de viajar dos residentes na RAA;

P2: A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo influenciou positivamente o turismo em São Miguel;

P3: A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo aumentou a oferta turística e conseqüentemente o emprego;

P4: A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo tornou o destino Açores mais conhecido e mudou o tipo de turismo e turista na RAA;

P5: A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo fez aumentar o preço dos serviços prestados na RAA

## **Capítulo 5**

### **As mudanças sentidas no cenário pós-liberalização nos Açores**

## Capítulo 5. As mudanças sentidas no cenário pós-liberalização nos Açores

### 5.1. A percepção das partes interessadas com base no inquérito realizado

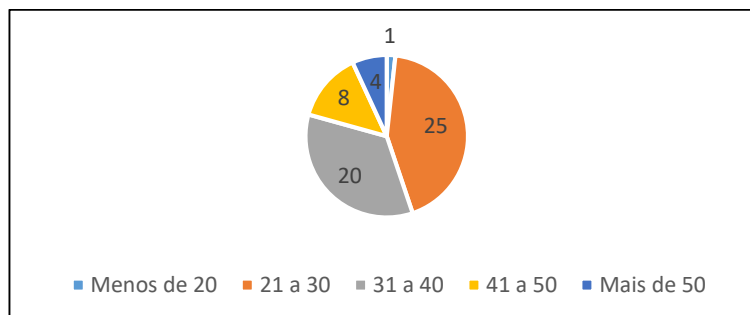
#### 5.1.2 Consumidores do transporte aéreo

No âmbito do presente estudo foi elaborado um questionário dirigido a uma amostra de conveniência constituída por 55 potenciais consumidores recolhida na Ilha de São Miguel nos meses de maio e junho de 2016, através de uma plataforma de inquérito *online*, tendo como principal foco recolher a sua opinião e posição como utilizadores de transporte aéreo de/para a RAA perante as alterações sentidas, nomeadamente a liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo. O questionário aplicado divide-se em seis partes, nomeadamente: caracterização geral dos entrevistados, opinião pessoal/perceção sobre a liberalização do espaço aéreo, o hábito ou não de viajar nas companhias de baixo custo, opinião pessoal sobre a mudança sentida no período pós-liberalização, avaliação do cenário pós-liberalização e por último a opinião pessoal sobre o cenário pós-liberalização.

De seguida apresentam-se os principais resultados, de modo a suportar a caracterização dos consumidores.

Em termos de caracterização geral dos entrevistados, referente à primeira parte do inquérito, a figura 14 permite-nos concluir que dos 58 participantes 25 tinham idade entre os 21 e os 30 anos de idade, seguindo-se com 20 participantes a faixa etária dos 31 aos 40 anos. Apenas 4 participantes tinham mais de 50 anos e apenas 1 participante tinha menos de 20 anos.

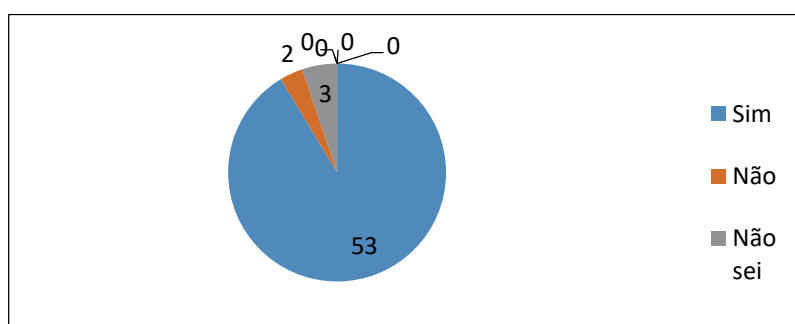
Gráfico 5.1 – Idade dos participantes no questionário



Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

No que diz respeito à segunda parte do inquérito, abordando a opinião/percepção pessoal relativa à liberalização do espaço aéreo, podemos concluir com base no gráfico 5.2 que dos 58 participantes, 53 concordam quer com a liberalização do espaço aéreo, quer com a chegada das companhias de baixo custo. Do total de participantes, apenas 2 não concordam com a liberalização e 2 afirmaram não saber. Tal número demonstra também que, a população esta aberta para mudanças e considera as alterações sentidas no regime de transporte aéreo, dentro da RAA, positivo.

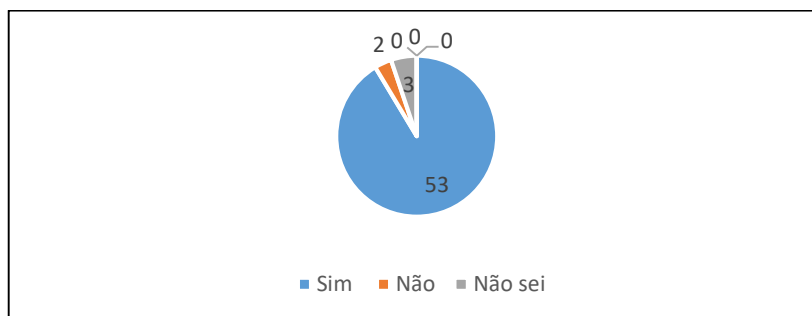
Gráfico 5.2 – Liberalização do espaço aéreo



Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

Com base no gráfico 5.3 16, podemos concluir que dos 58 participantes 53 concordam com a chegada das companhias de baixo custo, 2 não concordam com a vinda das mesmas e 3 afirmaram não saber. Os participantes vêem assim, na chegada das companhias de baixo custo, uma oportunidade para a Região e o seu desenvolvimento tal como um novo meio de transporte, com condições mais competitivas.

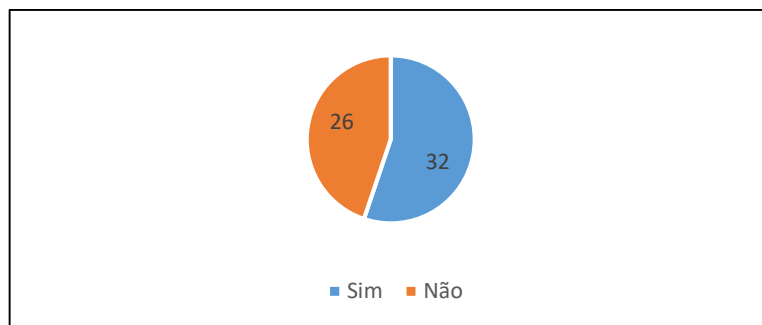
Gráfico 5.3 – Chegada das companhias de baixo custo



Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

A terceira parte do inquérito tinha por base analisar o hábito, ou não, de viajar nas companhias de baixo custo, sendo que a figura 17 permite verificar que dos 58 participantes, 32 indicaram já terem viajado nas companhias de baixo custo que operam para os Açores, nomeadamente a *Ryanair* e a *Easyjet*, num espaço de um ano após a liberalização do espaço aéreo. Seguem-se 26 participantes que indicaram nunca terem viajado numa das companhias supramencionadas de/para São Miguel.

Gráfico 5.4 – Viajou ou/não em companhias de baixo custo de/para São Miguel

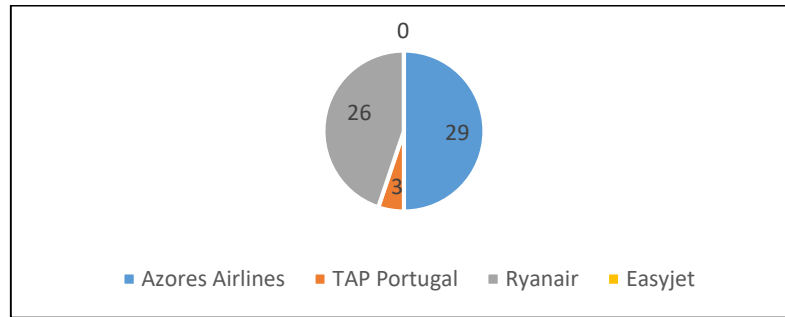


Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

De seguida os participantes do questionário indicaram por qual companhia aérea optam quando viajam entre a RAA e Portugal Continental, tendo como opção, por um lado, duas companhias aéreas de bandeira, nomeadamente a TAP Portugal, com sede em Lisboa e a SATA (agora Azores Airlines) com sede nos Açores e por outro lado duas companhias de baixo custo, a *Ryanair* e a *Easyjet*.

No que diz respeito à preferência pessoal, o gráfico 5.5 permite-nos concluir que dos 58 participantes, 29 optariam pela Azores Airlines, anteriormente conhecida por SATA, a qual é a companhia aérea açoriana, mas, em contrapartida, 26 das pessoas optam pela *Ryanair* quando viajam de/para o continente português. Dos 58 participantes, apenas 3 das pessoas optariam pela TAP Portugal. De realçar é também o facto de que nenhum dos participantes escolheria a *Easyjet* como companhia aérea para a realização desta rota. Este ponto demonstra que existem grandes diferenças no produto propriamente dito levando as pessoas a optar pela *Ryanair* em detrimento da *Easyjet*.

Gráfico 5.5 – Companhias preferidas

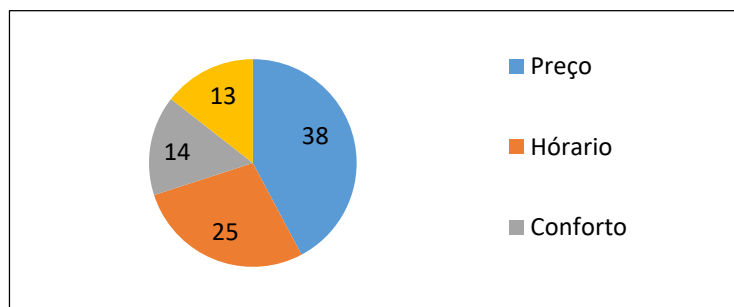


Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

Com base nestas diferenças entre as escolhas tomadas pelos potenciais clientes, foi de elevada importância saber quais os principais critérios que levaram os participantes optar por uma companhia em detrimento de outra.

Com base nos critérios (opção múltipla participantes podiam escolher mais que uma opção) apresentados para a escolha de umas das companhias aéreas, o gráfico 5.6 permite-nos concluir que dos 58 participantes, 38 indicaram o preço como critério essencial à escolha de uma determinada companhia aérea, no segmento RAA e Portugal Continental, seguindo-se com 25 participantes o fator horário. Os critérios de conforto e serviços incluídos na tarifa foram apenas indicados por 14 e 13 participantes, respetivamente.

Gráfico 5.6 – Critérios essenciais para a escolha



Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

Os dados acima recolhidos, demonstram que o critério mais forte para a escolha de uma determinada companhia aérea, é sem dúvida o preço. É o preço que irá fazer a diferenciação no mercado e captar novos segmentos de mercado.

Contudo, temos que notar, que o fator preço viu-se em muito influenciado desde a liberalização do espaço e o aumento da concorrência, tendo causado uma maior oscilação dos valores praticados pelas companhias de bandeira. Por outro lado, e ao contrário do que muitas pessoas pensavam, os serviços incluídos nas tarifas e a prestação dos mesmos por parte de colaboradores das companhias aéreas, não tem sido um critério determinante para a escolha e, conseqüentemente, não tem sido um ponto a favor das companhias de bandeira. A maior diferenciação dos serviços prende-se a pontos como o transporte de bagagem, refeições servidas a bordo, assistência em terra, processo de *check in*, embarque e assistência em terra.

O quadro abaixo compara, com base nestes pontos, a SATA (Azores Airlines) e a *Ryanair*.

Tabela 5.1 – Comparação entre a SATA (Azores Airlines) e a *Ryanair*

	SATA (Azores Airlines)	<i>Ryanair</i>
Transporte de Bagagem	Gratuita até 23 Quilos de portão e 8 Quilos de bagagem de mão	Gratuita apenas 8 Quilos de bagagem de mão. Qualquer bagagem de porão tem de ser paga
Assistência em terra	Sempre durante o período de abertura do aeroporto e através de <i>call center</i> e <i>email</i>	Apenas aquando da realização de um voo e via <i>online</i> , através da página web
Processo de Check-In	Personalizado e gratuito	Requer <i>check-in</i> online e impressão do cartão de embarque, sob pena de pagamento de taxa

Processo de Embarque	Personalizado e com acesso ao lounge, consoante a classe reservada	Personalizado, sem acesso ao lounge
Escolha de lugar a bordo	Gratuito aquando de <i>check-in</i> online 48 horas antes do voo	Atribuição de lugar é aleatória no momento do <i>check-in online</i> , escolha de lugar sob pagamento de taxa
Refeições a bordo	Gratuitas com serviço de bar	Pagas, tal como o serviço de bar
Comodidades a bordo	Acesso a jornais, cobertores, almofadas, filmes	Sem extras disponíveis e/ou sob pagamento de taxa

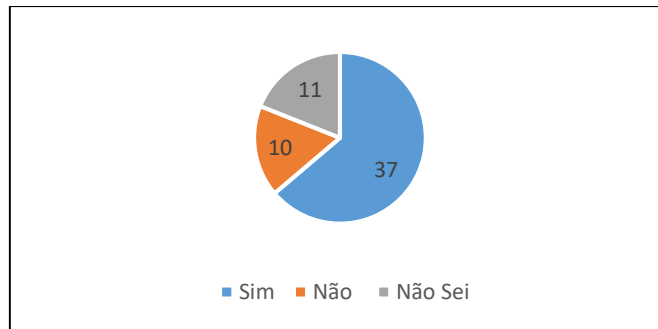
Fonte: elaboração da autora com base nas informações disponibilizadas nas páginas web de cada companhia

Podemos assim concluir que, os serviços incluídos na tarifa não são um ponto essencial à escolha dos clientes, apesar das comodidades que estes apresentam. Pelo contrário, muitas pessoas estão dispostas a viajar pela forma mais económica, sendo o preço o principal ponto de diferenciação, mesmo tendo de pagar taxas extras por cada serviço adicional.

Em termos da opinião pessoal sobre a mudança sentida na pós-liberalização de cada um dos participantes do questionário a quarta parte do questionário prendeu-se com o novo modelo de transporte aéreo e a forma, positiva ou negativa, como é visto.

Com base no gráfico 5.7, dos 58 participantes, 37 consideram que o novo modelo de transporte aéreo é melhor, ou seja, por outras palavras, consideram que a liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo, tal como todas as consequentes mudanças no respetivo sistema de transporte, é de maior benefício para a RAA. Em contrapartida, 10 participantes consideraram que o novo modelo de transporte aéreo não é melhor que o anterior, estando contra o consequente processo de liberalização. Dos 58 participantes, 11 afirmam não saber se consideram o novo modelo de transporte melhor ou não.

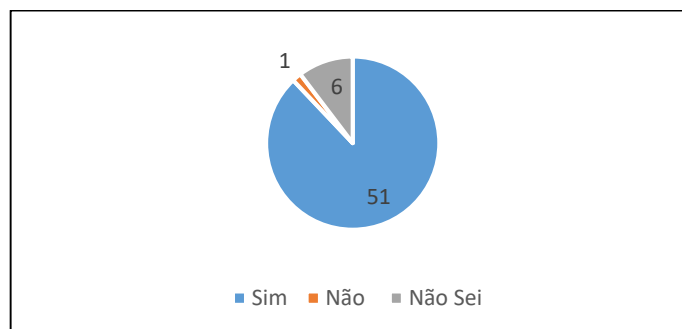
Gráfico 5.7 Percepção (em termos de melhoria) sobre o novo modelo de transporte aéreo



Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

O seguinte ponto prendeu-se com o fato de os residentes na RAA viajarem, ou não, mais após a liberalização do que antes da mesma ocorrer. Verificando-se, no gráfico 5.8, que 51 dos 58 participantes consideram que os residentes viajam mais desde que se deu a liberalização do que antes. Ao contrário, conclui-se que 6 dos 58 participantes afirmam não saber se os residentes na RAA viajam mais após a liberalização ou não e apenas 1 participante afirma não considera que os residentes viajam mais.

Gráfico 5.8 – Impacto nas viagens após a liberalização

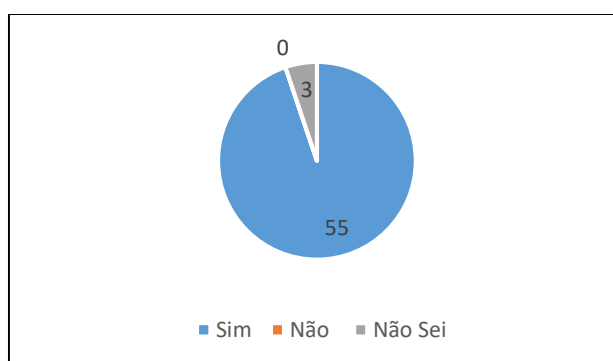


Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

De seguida e com base no gráfico 5.9 pretende-se analisar o fato do turismo ser uma das mais importantes indústrias na RAA, tendo sido importante saber se os participantes consideram que o Turismo dentro da RAA tenha mudado num cenário pós-

liberalização. Será que o fluxo de turistas aumentou? Será que o turismo diminuiu na RAA? Dos 58 participantes, 55 consideram que o turismo mudou dentro da RAA e apenas 3 participantes não são desta opinião. Estes valores demonstram que a população residente verificou diferenças quer no turismo propriamente dito, quer no fluxo de turistas dentro das ilhas.

Gráfico 5.9 – Percepção sobre mudanças no Turismo na RAA após a liberalização



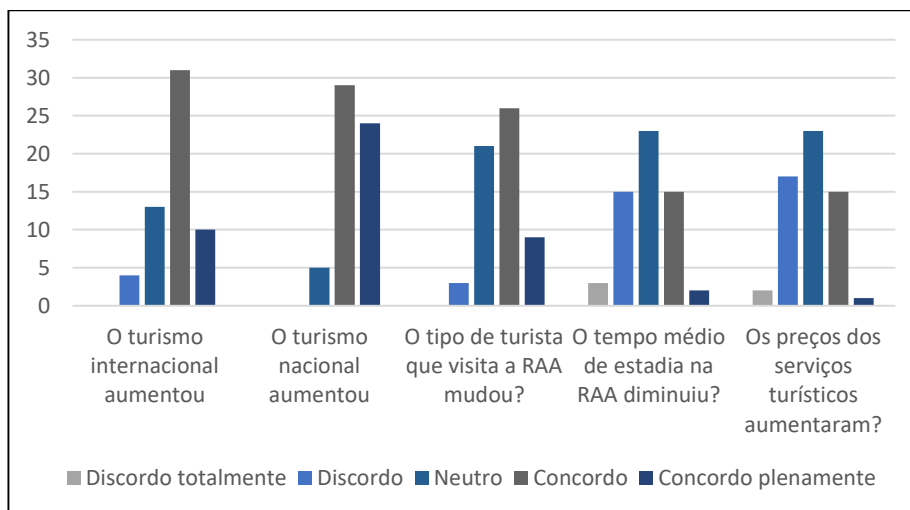
Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

A quinta parte visou caracterizar o cenário pós-liberalização, tendo-se pedido aos participantes para avaliarem o cenário pós-liberalização, quer em relação ao turismo propriamente dito, suas oscilações e características, quer em relação aos pontos positivos inerentes à liberalização e a respetiva chegada das companhias de baixo custo. Foram apresentados aos participantes diversos cenários, tendo os mesmos que indicar se concordam ou discordam com a mesma.

O gráfico 5.10 mostra que cerca de 30 dos 58 participantes concordam que quer o turismo nacional, quer o turismo internacional aumentaram, após a liberalização do espaço aéreo. Contudo, a maior ênfase é dada ao aumento do turismo nacional, ao qual cerca de 24 dos 58 participantes afirmaram concordar plenamente. Ainda em relação ao turismo propriamente dito, cerca de 26 participantes afirmaram concordar com o facto de o tipo de turista ter mudado, após a liberalização e cerca de 15 participantes consideram que o tempo médio de estadia na RAA diminuiu após a chegada das companhias de baixo custo. Relativamente aos preços auferidos pelos serviços turísticos, apenas 15 pessoas

concordam que os mesmos tenham aumentado, estando a maioria dos participantes, cerca de 24, neutros em relação a esta questão.

Gráfico 5.10 – Perceções pós-liberalização



Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

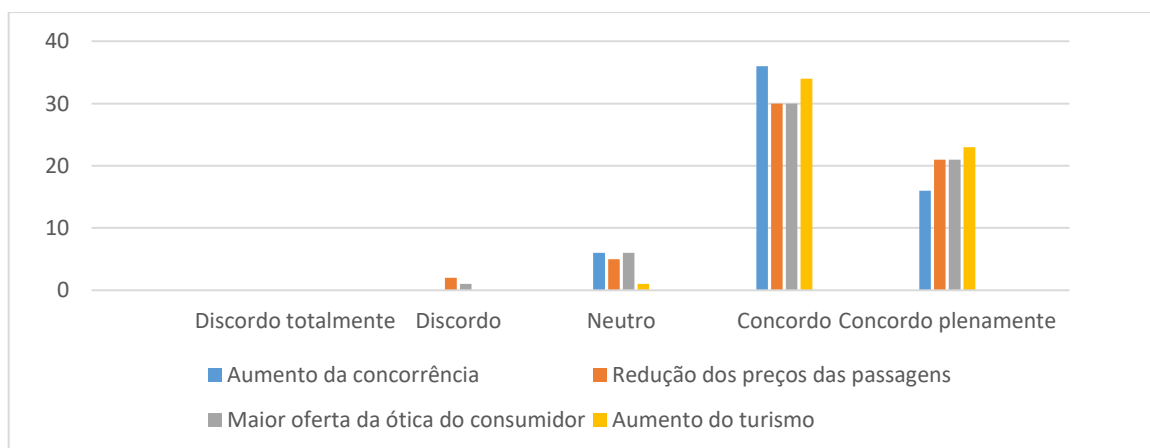
De um ponto de vista pessoal e com base no cenário vivido diariamente no meu local de trabalho (agência de viagens), posso afirmar que o turismo aumentou, dando destaque ao turismo de curta duração. No meu ver, os Açores, e em especial a ilha de São Miguel, tornaram-se, após a liberalização, num destino de fim-de-semana para muitas pessoas oriundas de países europeus e com boas ligações às companhias de baixo custo. Assim sendo, para além do número de turistas ter aumentado, o tempo médio de estadia passou a ser mais reduzido em alguns dos casos e verificou-se o desenvolvimento de um turismo mais espontâneo.

No seguimento da análise anterior, e com base no gráfico 5.11 podemos verificar que a grande maioria das pessoas participantes no inquérito é da opinião que a liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo, influenciou positivamente a concorrência na RAA, tendo este ponto sido apontado com concordo por mais de 35 dos 58 participantes, a redução do preço das passagens aéreas levando,

indicado por 30 dos 58 participantes, por consequência, a uma maior oferta da ótica do consumidor e a um aumento do turismo dentro da Região Autónoma.

A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo deu origem a muitas alterações no sector do turismo dentro da RAA. Por um lado, a companhia aérea de bandeira, que operava quase em exclusividade as rotas entre a RAA e o continente português, entrou em concorrência direta com as companhias de baixo verificando-se uma grande oscilação nos preços praticados. O produto “passagem aérea” passou a ser um produto mais flexível, vindo a adaptar-se cada vez às necessidades dos clientes e aos novos segmentos de mercado que foram surgindo. Por outro lado, os Açores, devido à chegada das companhias de baixo custo, tornaram-se atraentes para turistas *last minute*<sup>31</sup> e de curta duração, tendo-se vindo a verificar um aumento de estadias curtas, por vezes combinadas com outras ilhas. O aumento da procura fez, por consequência, aumentar a oferta da ótica do consumidor, quer a nível de companhias a operar de/para a RAA, quer a nível de serviços turísticos diretamente ligados, como é o caso das unidades de alojamento.

Gráfico 5.11 – Pontos positivos da liberalização e da chegada das companhias de baixo custo



Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

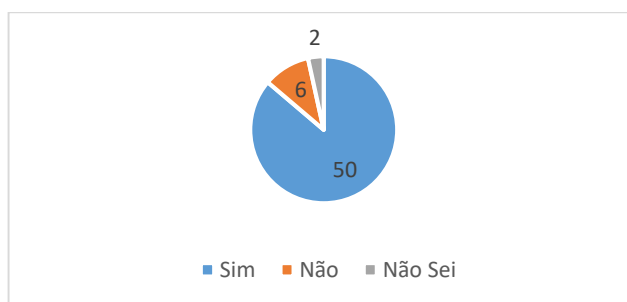
<sup>31</sup> Viagens compradas, na sua maioria, poucos dias/horas antes da partida, a preços reduzidos. As empresas no Turismo usam esta estratégia a fim de preencher/vender os últimos lugares/quartos a preços mais baixos, aumentando assim as vendas e evitando o prejuízo numa operação.

A sexta parte deste questionário teve como principal objetivo obter dados relativos à opinião pessoal de cada participante no que diz ao cenário pós-liberalização e a forma como influenciou o desenvolvimento do turismo na RAA. A grande questão que se prende com este ponto é se o Turismo cresceu, ou não, devido à liberalização e à consequente diversificação no sector aéreo.

Com base no gráfico 5.12, podemos afirmar que dos 58 participantes, 50 consideram que a liberalização e a chegada a companhias de baixo custo tornaram o destino Açores mais conhecido, sendo que apenas 6 participantes indicaram que não o consideram. A minoria de 2 participantes afirmou não saber se os condicionantes acima mencionados tornaram, ou não, o destino mais conhecido.

Este ponto prende-se essencialmente às várias campanhas de publicidade que foram feitas por parte de ditas companhias aéreas e o consequente interesse que tem despertado neste segmento de mercado. Foram criadas tarifas designadas por “*eye catcher*”<sup>32</sup> a fim de incentivar cada vez mais pessoas a descobrirem esta nova rota. Para além disso, as companhias de baixo custo, como por exemplo a *Ryanair* e a *Easyjet*, já têm um segmento de mercado muito forte e com cada vez mais seguidores, sendo uma das principais intenções destas companhias inovar e competir no mercado.

Gráfico 5.12 – Divulgação do destino Açores devido à liberalização e chegada das companhias de baixo custo



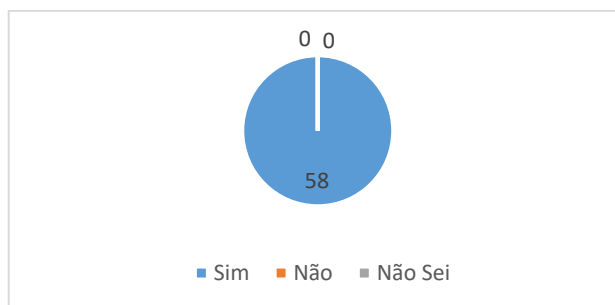
Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

<sup>32</sup> No Turismo, este termo é usado para representar tarifas especiais, mais baixas que as restantes, usadas para atrair a atenção dos clientes no momento de lançamento de uma campanha, pacote turístico, entre outros.

Diretamente ligado à questão do Destino Açores se ter, ou não, tornado mais conhecido prende-se a questão da oscilação do número de turistas dentro da RAA, após a liberalização do espaço aéreo.

Segundo o gráfico 5.13, todos os 58 participantes afirmaram que a liberalização tal como a chegada das companhias de baixo custo, fizeram aumentar o número de turistas na RAA. Dito aumento do número de turistas fez-se sentir em vários aspetos. Por um lado, as ocupações hoteleiras subiram, tendo-se verificado uma maior ocupação nas épocas baixas, combatendo assim a sazonalidade, mas também uma venda mais rápida nas épocas altas. Quando antes da liberalização se podia encontrar ainda quartos por vender no Verão ou na altura de grandes festividades, agora o cenário já é diferente.

Gráfico 5.13 – Perceção sobre o aumento do número de turistas devido à liberalização



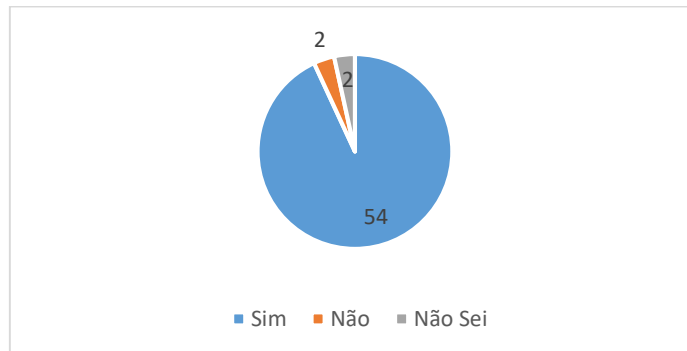
Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

Apesar do aumento do número de turistas parecer à primeira vista um aspeto positivo para a Região Autónoma, há que frisar que é também necessário saber acompanhar o ritmo do crescimento e com isto aumentar a oferta existente no mercado. O gráfico 5.14 representa os resultados referentes à questão de os participantes considerarem, ou não, que a liberalização fez aumentar a oferta turística. Dos 58 participantes, 54 consideram que a oferta turística aumentou e apenas 2 participantes indicaram que não o consideram.

Ao longo dos meses, desde o momento da liberalização, verificou-se a construção de vários novos empreendimentos turísticos, principal na ilha de São Miguel. No ano de

2016 celebrou-se a abertura das duas primeiras unidades de 5 estrelas na maior ilha do Arquipélago, tendo também se verificado um aumento significativo da oferta turística a nível do alojamento local e pequenas unidades de alojamento. Por outro lado, surgiram mais empresas ligadas a atividades turísticas e de lazer e companhias de carros de aluguer.

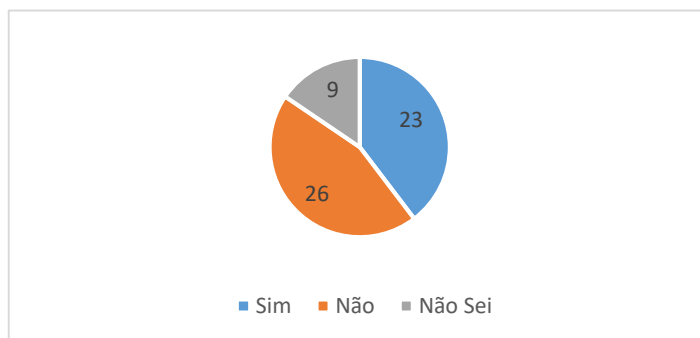
Gráfico 5.14 – Perceção sobre o aumento da oferta turística



Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

Qualquer aumento da oferta turística que esteja diretamente ligada a um aumento da procura do respetivo destino, pode incorrer no risco de se tornar num destino de massas e o fluxo de turistas se tornar incontrolável. O gráfico 5.15 visa retratar exatamente esta questão, tendo 23 dos 58 participantes indicado que consideram que a RAA pode estar em risco de se tornar num destino de massas. Ao contrário, 26 dos 58 participantes consideram que não há este risco nos Açores. É impossível negar que os Açores se tornaram num destino mais popular e de mais fácil acesso, desde que as companhias de baixo custo chegaram à Região Autónoma. Esta maior e mais fácil acessibilidade também faz com que um maior número de pessoas opta por visitar os Açores, o que na ótica do rendimento é bom, mas há que ter cuidado e preservar o destino em si e a sua maior riqueza, a Natureza. Quando antes muitos potenciais turistas optavam por não visitar a RAA por ser um destino caro, comparado com outros dentro da Europa e no mundo, agora já lhes é possível visitar os Açores. A RAA acaba assim por competir, em termos de preço, com destinos como as Canárias ou até destinos que devido a conflitos e guerras deixaram de ser atraentes.

Gráfico 5.15 – Percepção sobre massificação do destino



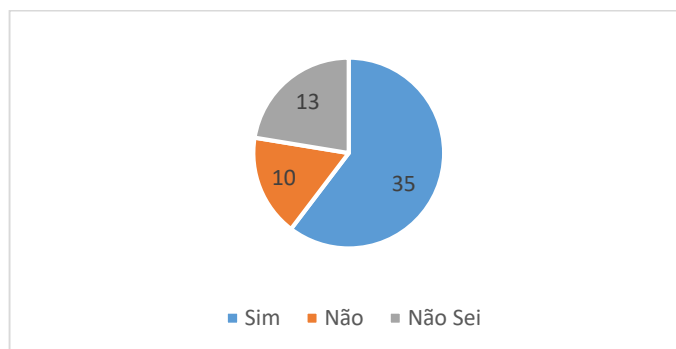
Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

Por fim, os participantes do questionário indicaram se consideram que a liberalização fez aumentar a oferta de emprego dentro da RAA. A mera liberalização do espaço aéreo talvez não tenha sido crucial no aumento de novos postos de trabalho, mas a chegada das companhias de baixo custo que se fez sentir posteriormente, o aumento significativo do número de turistas e a extrema necessidade de criar novos recursos turísticos para poder corresponder à cada vez maior procura, levou à criação de novos postos de trabalho.

No gráfico 5.16, podemos verificar que 35 dos 58 participantes consideram que a liberalização teve um impacto positivo na criação de emprego dentro da RAA. A abertura de um grande número de novas unidades de alojamento certamente contribuiu para este facto, tendo sido relativamente elevada a procura de mão-de-obra qualificada na Região para o sector do Turismo.

Contudo, o aumento do turismo na RAA e a conseqüente introdução de novos segmentos de mercado requer das empresas turísticas e principalmente das unidades de alojamento uma constante adaptação às necessidades e exigências dos mercados emissores. Os trabalhadores têm de estar capacitados a agir nas mais diversas situações e as unidades capazes de corresponder aos desejos dos turistas, sendo a formação a nível linguístico um dos pontos cruciais. A Região tem de, para além dos pontos positivos e do crescimento económico, estar capaz de gerir com qualidade um maior fluxo de turistas e isto passa, no meu ver, por todos os intervenientes.

Gráfico 5.16 – Liberalização e oferta de emprego na RAA



Fonte: elaboração da autora com base nos resultados obtidos no questionário

## 5.2. A percepção das partes interessadas com base na entrevista realizada

### 5.2.1 Diretor de DMC

Com base na entrevista realizada ao Dr. Luis Cogumbreiro, Director da DMC<sup>33</sup> Panazorica, em Março de 2017, pode afirmar-se que, do ponto de vista da tour operação e todo o mercado de agências de viagens, a chegada das companhias de baixo custo não foram de grande benefício para o desenvolvimento deste mesmo sector, principalmente para a área dos Congressos e Incentivos. Cogumbreiro até afirma que uma cooperação entre este segmento e as companhias aéreas de baixo custo é de todo impossível dada a política de negócio e preços destas mesmas companhias. Contudo, realça de forma positiva, a liberalização e chegada das companhias de baixo custo, para os residentes da RAA, principalmente para as ilhas de São Miguel e Terceira, encontrando-se as demais numa certa situação de desvantagem uma vez que dependem sempre de uma ligação inter-ilhas até chegar a um dos aeroportos servidos pelas companhias de baixo custo, nomeadamente São Miguel e Terceira.

É certo que todo o processo de chegada das companhias de baixo custo, obrigou as companhias de bandeira, que operam nas mesmas rotas, a agir, tendo a TAP Portugal, segundo Luis Cogumbreiro, anunciado pouco tempo depois da liberalização que iria deixar

---

<sup>33</sup> Abreviatura para *Destination Management Company*, empresa que visa a gestão de um destino e produto turístico, localmente, para um operador

de voar para a ilha do Faial. Esta decisão prende-se ao fator da concorrência ter aumentado mesmo que não diretamente na ilha do Faial, mas sim através do acesso garantido e sem custo adicional, que cada residente na RAA tem ao novo sistema de transporte aéreo. Para além disso, a TAP Portugal, devido à falta de ocupação, cancelou num espaço de tempo relativamente curto 16 voos entre o continente português e a RAA. Cogumbreiro realça o extremo impacto negativo que estes cancelamentos têm para a RAA, uma vez que a TAP Portugal é de grande importância para a região dadas as suas ligações para toda a Europa. Do ponto de vista da tour operação, pode-se afirmar que esta cresceu, mas não graças a chegada das companhias de baixo custo, porque a maioria dos clientes não chega aos Açores numa destas companhias aéreas, mas sim devido ao grande investimento que as associações de turismo têm vindo a fazer a fim de promover o destino. Tal cenário até fez aumentar, por sua vez, a oferta no sector hoteleiro/alojamento na região, tendo-se contado, em meados de 2017, com um total 19 000 camas, sendo destas 4000 referentes ao chamado alojamento local. Diretamente relacionado a este fenómeno, verificou-se um crescimento dos postos de trabalho, mas Cogumbreiro refere que, ao contrário do esperado por muitos, os preços dentro da RAA subiram abaixo dos 5%, tendo até, em alguns sectores como o da animação turística, diminuído. Este ponto deve-se principalmente ao excesso de oferta no segmento das excursões turísticas, dada a facilidade em ser guia e a falta de legislação.

A grande questão que também se prende à presente temática é a de quais os mercados emissores com maior importância para RAA, do ponto de vista da TO, destacando-se o mercado português, cujo crescimento de se encontra associado à chegada das companhias de baixo custo e à redução dos preços praticados dentro da RAA. Outro mercado que se destaca é o alemão, sendo que neste o crescimento não se encontra associado às companhias de baixo custo, mas sim a fatores como a capacidade económica para viajar e as ligações diretas entre a Alemanha e a RAA. Contudo e apesar de todo o crescimento, o diretor executivo da Panazorica não considera que os Açores estejam em risco de se tornar num destino de massas.

### 5.2.2 Director do Hotel Marina Atlântico

Com base na entrevista realizada ao Dr. João Cogumbreiro, Director do Hotel Marina Atlântico, em julho de 2016, pode-se afirmar que a operação turística do hotel não sofreu, à primeira vista, grandes alterações após a liberalização. Antes da liberalização do espaço aéreo, os principais segmentos de mercado eram o Lazer, Negócios e *MICE*<sup>34</sup>, tendo maioritariamente clientes jovens e de meia-idade, na sua maioria oriundos de Portugal, da Alemanha, dos EUA, do Reino Unido, entre outros, apresentando uma taxa de ocupação média de 60%. A estadia média era de 5 dias por cliente e chegavam à RAA de avião, essencialmente na Azores Airlines (anterior SATA), em parceria com a TAP Portugal. Num cenário pós-liberalização, verificou-se que, para além dos segmentos de mercado anteriormente mencionados, a tour operação<sup>35</sup> e os diretos online ganharam destaque. Ao contrário do que era esperado por muitos, os principais mercados emissores, países de onde vem a maioria dos clientes, não sofreram grandes alterações com a liberalização, tendo-se mantido o foco em Portugal, Alemanha, EUA, Reino Unido, verificando-se um ligeiro crescimento do mercado espanhol e francês. Por outro lado, apesar do maior fluxo de turistas, a ocupação média por quarto, subiu apenas aproximadamente 10%, mas, a estadia média dos clientes desceu para 3 a 4 dias. Este ponto deve-se também ao novo conceito de transporte aéreo, diretamente ligado ao chamado *short break holiday*<sup>36</sup>, podendo-se afirmar que os clientes optam também por viajar na *Ryanair* e na *Easyjet*, para além da Azores Airlines e da TAP, entre outros.

É certo que a liberalização não teve apenas impacto no tipo de turista e na taxa de ocupação, mas sim também na própria operação do hotel, afirmando Cogumbreiro que o que mudou essencialmente foi o perfil do cliente/turista, o qual tem origens e objetivos distintos. Verifica-se até uma alteração nos produtos que os clientes procuram, um aumento do nível de exigência e uma redução da sazonalidade.

---

<sup>34</sup> Abreviatura para *Meeting Incentives Conventions Events*

<sup>35</sup> Designação dada à um roteiro/pacote turístico organizado por um operador, num determinado destino. A sua realização com frequência é considerada uma operação turística

<sup>36</sup> Termo do inglês que corresponde à deslocação para fora do seu lugar habitual de residência por um curto período de tempo, em média entre 2 a 4 dias.

É certo que todos estes pontos também têm uma influência sobre o dia-a-dia na RAA, afirmando Cogumbreiro que verificou mais pessoas em circulação o que levou a restaurantes mais cheios e um maior movimento nas ilhas. Afirma também que o cliente em si mudou, exigindo mais do destino, querendo mais diversidade e mais autenticidade, diretamente ligado a um maior poder de compra.

Outro ponto de elevada importância é o dos pontos positivos e negativos diretamente ligados à liberalização, afirmando o Diretor do Hotel Marina Atlântico que, fica mais dinheiro na RAA, mais movimento, ligado a uma maior notoriedade do destino, criação de mais postos de trabalho, mais oportunidades de investimento, o que por sua vez está ligado à uma maior diversidade, abrindo portas a novos conceitos, principalmente no sector hoteleiro, surgindo novos conceitos de alojamento como é o caso do AL<sup>37</sup>. Contudo, verifica-se também uma redução do número de pessoas à procura de emprego, falta de formação, aumento desequilibrado de camas paralelas e de AL em relação à Hotelaria Tradicional e, o grande risco de construção em demasia e com isso aumento exponencial dos preços no sector imobiliário. Para além do impacto sobre o ponto de vista do turismo, é também importante realçar o aumento da atividade na economia local, com efeitos positivos para as famílias locais e o emprego. João Cogumbreiro até vai mais além ao referir que *“a liberalização foi a chave de entrada no ano zero do turismo nos Açores e uma oportunidade de os Açorianos saírem da sua terra para conhecerem outras realidades no exterior.”*

De um ponto de vista pessoal, João Cogumbreiro refere que a liberalização possibilitou, através do aumento da concorrência e um mercado geral mais competitivo, uma abertura à saída e à chegada de mais pessoas, beneficiando em muito os residentes na RAA e os turistas, quer através de um aumento de notoriedade dos Açores no exterior, uma maior e mais fácil acessibilidade, quer através de um aumento de emprego através da maior diversidade de produtos e serviços auferidos. Contudo, alerta para o risco, de haver uma descida na qualidade dos serviços, principalmente no sector hoteleiro/AL, devido à

---

<sup>37</sup> Abreviatura referente ao Alojamento Local, definindo um local que presta serviços de alojamento turístico temporário a terceiros

maior desregulação e ofertas ilegais, mas também para o perigo da beleza das ilhas vir a ser destruída.

Todas estas mudanças requerem também uma determinada sensibilidade por parte das entidades competentes a fim de garantir, por um lado, a satisfação da procura, quer através da constante qualificação e formação da mão-de-obra, quer através do estudo dos mercados emissores e suas exigências. Por outro lado, há que garantir a preservação do meio ambiente, limitando a construção de hotéis e outros empreendimentos turísticos, e assumir os Açores como destino turístico sustentável a fim de garantir a distribuição por todas as ilhas e não concentrar a maioria do turismo em apenas duas ou três ilhas.

### **5.2.3 Funcionário da companhia aérea SATA**

Com base na entrevista realizada a um funcionário da companhia aérea açoriana, Azores Airlines, em março de 2017, pode-se afirmar que as companhias aéreas de bandeira, foram as empresas do sector de turismo que mais impacto notaram num cenário pós-liberalização, vendo-se forçados a reestruturar o produto e rotas auferidas. No caso da Azores Airlines, no que diz respeito a pontos como os principais segmentos de mercado, o tipo de turista/cliente que opta por viajar nesta companhia, tal como os principais mercados emissores, verifica-se que não houve grande alteração quando se compara o cenário antes da liberalização, com o atual. O seu principal foco foram, e são, os residentes na RAA, emigrantes e turistas que viajam por lazer, visita de familiares, saúde e negócios, sendo oriundos, na sua maioria, do continente português, da própria RAA, dos EUA, Canadá e Alemanha. A grande diferença prende-se à maior e mais forte aposta no mercado americano e canadiano, através do reforço das rotas entre a RAA e cidades como Boston, Toronto e Montreal, dada a maior concorrência nas rotas da RAA para o continente português e as demais cidades europeias.

É certo que, apesar do foco em outras rotas, o impacto foi grande nas rotas nacionais, tendo-se verificado um certo “esmagamento” dos preços, um excesso de oferta e um aumento substancial do número de passageiros na rota Lisboa – São Miguel – Lisboa. O destino Açores ganhou mais notoriedade a nível mundial, o preço médio das passagens

aéreas de/para a RAA desceu a Azores Airlines foi capaz de captar clientes adicionais nas rotas domésticas, principalmente através do aumento de consumo *online*, beneficiando comparativamente à concorrência dada a sua estrutura tarifária e o seu leque de serviços incluídos nas tarifas. De certo modo, o mercado segmentou-se naturalmente, e com o maior reconhecimento do destino Açores no exterior, principalmente devido à chegada das companhias de baixo custo, a procura aumentou de tal forma que o alojamento enfrenta dificuldades, principalmente no Verão, em acompanhar a procura e, por outro lado, nas ditas épocas baixas, o excesso de oferta é também evidente.

O funcionário refere que, apesar da complexidade da situação para a Azores Airlines, o processo de liberalização propriamente dito foi positivo, permitindo que o mercado e a lei da procura e oferta, atuem por si. Por outras palavras, antes da liberalização, foi necessário manter sempre um preço médio, o que não permitia a adaptação do preço à procura, ou seja, agora vemos preços a atingir um máximo nunca antes visto, quando a procura é elevada, e preços baixos quando a procura é reduzida. Apesar desta constante oscilação dos preços, o qual até pode ser considerado, por momentos, como esmagamento de preços, a Azores Airlines encontra-se menos manietada nas rotas liberalizadas do que nas rotas de serviço público, como o Faial, Pico e Santa Maria.

Contudo, há que mencionar também que o crescimento foi desigual entre as ilhas, tendo aumentada a oferta de forma exponencial na ilha de São Miguel e a ritmos bem mais reduzidos nas demais ilhas. É também relevante referir que nem todas as companhias de baixo custo são de benefício para uma região, principalmente, quando a sua operação no mercado, é de tal forma agressiva que tende a afastar a operação de outras companhias, como é o caso da *Easyjet*. O afastamento de outras companhias aéreas leva também a outra problemática, a da tour operação ver o seu potencial de captação reduzido, dada a quase imbatível política de preços praticada pela *Ryanair*. Este ponto pode ser agravado pela possibilidade de companhias de bandeira abandonarem determinadas rotas devido à impossibilidade de se manterem competitivos, sendo essencial que haja concorrência, também para as companhias de baixo custo.

Para além das dificuldades e da necessidade de readaptação e reestruturação do ponto de vista económico, de operação e segmentação, há que reforçar o facto de que a

RAA é um destino turístico preservado, longe das massas, com um elevado índice de sustentabilidade ambiental e de uma grande mais-valia – a sua natureza. O maior desafio passa pela qualificação da oferta, maior qualidade auferida nos serviços, na maior inovação, capaz de corresponder às expectativas dos turistas e à redução da sazonalidade.

### **5.3. Discussão dos resultados de ambos e validação das preposições relacionando com a bibliografia**

A presente parte do trabalho investigativo visa a formulação das conclusões finais, tal como a confirmação das preposições formuladas, através da realização de um questionário online, dirigido a um total de 58 participantes, todos eles residentes na RAA e três entrevistas dirigidas a pessoas que trabalham no sector do turismo e acompanharam todo o processo de liberalização, nomeadamente do sector hoteleiro, do sector de agência de viagens/tour operação e do sector da aviação.

As preposições formuladas foram no total 5, estando subdivididas nas categorias de hábito de viajar dos residentes na RAA, influência sob o turismo na RAA, aumento da oferta turística e do emprego, notoriedade do destino Açores e a alteração do tipo de turismo, tal como o aumento dos preços dos serviços prestados dentro da RAA.

Relativamente à Preposição 1 - **A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo mudou a forma e o hábito de viajar dos residentes na RAA**, pode-se considerar a mesma como sendo verdadeira, tendo a maioria dos inqueridos indicado já terem viajado nas companhias de baixo custo, nas rotas entre a RAA e as cidades de Lisboa e Porto, sendo que o preço foi o fator mais importante para a escolha das mesmas. As entrevistas realizadas, reforçaram ainda mais esta ideia, tendo até sido afirmado que a chegada das companhias de baixo custo foi, principalmente positivo para os residentes da RAA, possibilitando agora a muitos viajar. Antes da liberalização, muitos dos residentes na RAA não tinham as possibilidades económicas de viajar, dados os preços praticados nas rotas domésticas, muito menos seguir viagem para os outros destinos a partir de Lisboa ou Porto. Agora já se verifica cada vez mais pessoas a viajar, pelas mais

diversas razões, tendo o chamado *short break* a Lisboa ou ao Porto se tornado “moda”. A verdade é que, o que se viveu nos anos 90 na Europa Continental, com a introdução do novo conceito de aviação e a consequente mudança do perfil dos passageiros, vive-se um pouco agora nos Açores, tendo alterado quer o perfil dos passageiros locais, que têm a RAA como ponto de partida, quer o perfil dos passageiros nacionais ou internacionais, que têm, a RAA como destino. A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo mudou o conceito de aviação dentro da região, tendo alterado, como consequência a forma de viajar dos residentes na RAA dado que, tal como Fageda e Flores-Fillol (2012) referem “*travelers today enjoy lower fares, higher flight frequencies, and more alternatives on many routes, ...*”. A concorrência que se fez sentir, na aviação, dentro da RAA e a, consequentemente, maior variedade fez oscilar os preços e possibilitar um mais fácil acesso ao transporte aéreo.

Quanto à Preposição 2 - **A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo influenciou positivamente o turismo em São Miguel**, pode-se afirmar que o novo modelo de transporte aéreo dentro da RAA influenciou, maioritariamente, de forma positiva o turismo dentro do Arquipélago. Por um lado, a grande maioria dos inqueridos, indicam concordar com a liberalização e com a consequente chegada das companhias de baixo custo, tendo-se refletido de forma positiva sobre o turismo dentro da região. Por outro lado, os entrevistados, afirmaram, de uma forma geral, o mesmo, realçando pontos como a maior diversidade nas rotas, principalmente através de ligações a partir de Lisboa e Porto para quase toda a Europa e além, tal como a nova política de preços, a qual permite o acesso a férias dentro da RAA, a um maior número de pessoas. Antes da liberalização, o destino Açores era considerado, por muitos, um destino caro e pouco acessível para a grande maioria dos potenciais clientes, vendo-se assim incapazes de competir com destinos como as Canárias e Baleares, no que diz respeito a destinos insulares. Este ponto devia-se essencialmente aos preços praticados nas passagens aéreas, custando essas, em alguns casos, quase tanto quanto custaria um pacote turístico completo para outro destino insular dentro da Europa. O preço das passagens aéreas detinha assim um grande peso, na comercialização do destino Açores a potenciais clientes. Com a

liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo, os Açores tornaram-se, de certa forma, mais diversificados e mais apelativos dentro do mercado turístico altamente competitivo, tal como Donzelli (2009) refere “... *low-cost airlines can help to diversify, de-seasonalise and boost tourism products, which in turn can improve the quality of these products and the attractiveness of a region for tourism and other industries*”. De certa forma, viu-se nos Açores, como produto turístico, uma grande melhoria quer na sua diversificação, quer na qualidade do próprio produto a nível das exigências dos clientes. Outro ponto essencial, que influenciou positivamente o turismo dentro da RAA, devido à liberalização e às companhias de baixo custo, foi o combate quase automático à sazonalidade tendo tornado os Açores num destino atrativo durante quase todo o ano. Já Donzelli (2009) referiu esta influência positiva ao favor das companhias de baixo ao dizer que “*LCC services can make “off-season” travel to a region more attractive*”. Quando antes, os Açores registavam um número elevado de turistas apenas no Verão, tende-se a notar agora que, mesmo nas chamadas épocas baixas, o número de turistas aumentou, verificando-se uma maior procura durante todo o ano.

A Proposição 3 - **A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo tornou o destino Açores mais conhecido e mudou o tipo de turismo e turista na RAA**, encontra-se diretamente ligada à anterior, ao afirmar que as alterações registadas no transporte aéreo dentro da RAA influenciaram o turismo. A partir de momento, em que a *Ryanair* e a *Easyjet* anunciaram voar para os Açores, o Arquipélago tornou-se muito mais conhecido dadas as diversas estratégias de marketing e publicidade realizadas por parte das duas companhias de baixo custo. Passou a ver-se publicidade afixada nas principais cidades portuguesas a fim de divulgar as novas rotas e, a própria notoriedade que uma companhia aérea como a *Ryanair* tem, fez com que cada vez mais pessoas soubessem da existência destas ilhas. O mesmo se verifica no questionário realizado, no qual a maioria afirma que o destino Açores se tornou muito mais conhecido, após a chegada das companhias de baixo custo, o número de turistas aumentou e o tempo médio de estadia alterou. Os mesmos pontos foram referenciados por parte dos entrevistados, os quais indicaram que os Açores ganharam uma notoriedade mais visível, a

nível internacional, verificando-se uma alteração do tipo de turista que visita a RAA, sendo este mais exigente por um lado, e por outro lado tende a ficar menos tempo, em média, nos Açores. Dobruszkes e Mondou (2013), referem no seu estudo que “... *there is a decrease in the length of stay associated with new tourist preferences (i.e., several shorter holidays throughout the year instead of one annual, long leave).*”

É um facto que o turismo mudou dentro da RAA e principalmente na ilha de São Miguel, a qual sentiu diretamente a chegada as companhias de baixo custo. Tal como Graham e Dennis (2009) mencionaram no seu estudo sobre o impacto da chegada das companhias aéreas a Malta, ditas companhias tendem a alterar o conceito de turismo praticado dentro de uma determinada região, havendo cada vez mais pessoas que visitam um destino, com ligações operadas por companhias de baixo custo, por poucos dias apenas. Para além disso, tem se vindo a verificar uma alteração no motivo de viagem por parte dos turistas que optam por viajar numa companhia de baixo custo, tendo o conceito de *short break* ganho uma notoriedade visível, Graham e Dennis (2009) consideram que, “... *travellers do not seem to be more interested in history or culture, nor do they take shorter trips or travel more in off-peak times, ..., the introduction of regular low cost services has provided the flexibility for short break cultural tourism to develop*”. É certo que este novo conceito de turismo, ao qual os Açores se viram associados de uma forma quase espontânea, veio também alterar o tipo de turista que visita a RAA, sendo mais exigente por um lado a nível do que espera, em menos tempo, do destino, mas gastando menos dinheiro por outro lado. Tende por vezes a pernoitar em unidades de alojamento simples, sendo relativamente independente e fugindo ao tradicional conceito de pacote turístico. Para além disso, tem de se vindo a verificar um aumento na procura por duas ou mais ilhas, permanecendo os turistas apenas poucas noites em cada uma.

A Proposição 4 – **A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo aumentou a oferta turística e conseqüentemente o emprego**, traduz uma realidade que se verificou dentro da RAA, num cenário pós-liberalização. Nos últimos dois anos, a oferta turística aumentou de uma forma muito acelerada, novas unidades de alojamento foram construídas, o número de registos de alojamento local cresceu e muitas

empresas de animação turística e de aluguer de carros foram criados. Até empresas de renome internacional optaram por estar presentes na RAA, como é o caso da cadeia hoteleira Pestana e da empresa de rent-a-car *Goldcar*.

Dito cenário é suportado pela maioria dos participantes do questionário, tendo afirmado por um lado que, a diversidade e a oferta no sector de turismo aumentou com a liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo, por outro lado que o emprego dentro da RAA aumentou como consequência ao ponto anteriormente mencionado. Também os elementos do sector entrevistados, indicaram que a oferta, principalmente na hotelaria, aumentou de uma forma muito acelerada, temendo-se até um certa falta de controle e fiscalização no segmento do AL. Segundo o Observatório do Turismo, a hotelaria tradicional cresceu entre 2015 e 2016 18,9% no que diz respeito ao número de hóspedes e cerca de 21% relativamente ao número de dormidas, o AL ao contrário cresceu, no mesmo período, 73,3% no número de hóspedes e 75,6% no número de dormidas, tendo a oferta de empreendimentos quase duplicado. No cenário pós-liberalização deu-se também a abertura das duas primeiras unidades hoteleiras de 5 estrelas na ilha de São Miguel, estando mais uma em fase de planeamento.

É certo que o aumento do número de unidades de alojamento, sejam estas de hotelaria tradicional ou AL, tal como o surgimento de novas empresas dentro do sector, proporcionam um maior leque de postos de trabalho, tendo reduzido o desemprego, segundo o SREA de 12,6% em 2015, para 9,3% no primeiro trimestre 2017. Para além disso, há que referir também, os postos de trabalho que foram criados pelas próprias companhias de baixo custo, como é o caso a *Ryanair* que criou em São Miguel a sua quarta base em território português, empregando cerca de 70 pessoas diretamente e 350 pessoas indiretamente, segundo reportagem feita pela TVI em Abril de 2015. Também Donzelli (2010) referiu no seu estudo sobre o efeito das companhias de baixo custo na economia local que “... *just one Ryanair’s scheduled flight generated more than 200 job, creating an important tourist effect on local regional economy...*”.

A proposição 5 – **A liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias aéreas de baixo custo fez aumentar o preço dos serviços prestados na RAA**, não se veio a verificar com tanto ênfase como as anteriores, tendo o aumento dos preços sido muito ligeiro no contexto geral. Por exemplo, no questionário realizado, das 56 pessoas participantes, 17 indicaram considerar que os preços não aumentaram na pós-liberalização e 15 pessoas indicaram que se verificou um aumento. Mesmo nas entrevistas realizadas não se verificou uma tendência clara, no que diz respeito a esta proposição, destacando-se também um ligeiro aumento por exemplo na hotelaria. Do meu contexto de trabalho, verifico que muitas unidades hoteleiras, e mesmo unidades de alojamento em espaço rural, aumentaram os preços consideravelmente quando comparado com a política de preços praticada antes da liberalização. Dado o grande aumento da procura e o número elevado de turistas que se faz sentir dentro da RAA, o sector acima referido aumentou, em média, os seus preços para todos os meses do ano, não se refletindo isto numa diminuição das vendas, pelo contrário. De certo modo, verifica-se uma inversão do cenário, quando antes da liberalização as unidades hoteleiras tinham a tendência de lançar ofertas especiais, campanhas promocionais e outros métodos de captação de clientes, agora verificam-se cada vez menos destes métodos e um aumento tendencial dos preços. Contudo, de uma forma geral, os preços dos serviços turísticos não aumentaram significativamente após a liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo.

## **Capítulo 6 – Conclusão**

## Capítulo 6. Conclusão

O presente estudo partiu da suposição de que a liberalização do espaço aéreo e a chegada das companhias de baixo custo se fez sentir de forma positiva na RAA, nomeadamente no turismo e na economia local. Para tal, o transporte aéreo é considerado nos Açores como principal motor económico, tendo em que conta a localização remota das ilhas e o facto deste meio de transporte ser o principal para as pessoas residentes e o turismo.

O estudo teve como principal finalidade definir, por um lado, a liberalização do espaço aéreo e a conseqüente chegada das companhias aéreas, num âmbito geral e com base em outras regiões, por vezes insulares, que tenham vivido o mesmo cenário. Por outro lado, visou-se caracterizar o cenário que se viveu na região no pós-liberalização, nomeadamente a forma como as pessoas residentes na RAA pensam em relação à chegada das companhias de baixo custo e os seus hábitos de viajar, tal como a perceção das partes interessadas no turismo em relação à liberalização.

Em relação à primeira parte, procedeu-se a uma revisão da leitura, abordando temáticas como definir o conceito de liberalização, definir companhias de baixo custo, suas características e estratégias empresariais, aplicando ditos conceitos à realidade envolvente de onde se deu dito fenómeno. Numa segunda fase, relativamente à segunda parte do estudo, procedeu-se à recolha de dados, através da realização de um inquérito aos residentes na RAA, abordando-se temáticas como a opinião geral, sobre a liberalização e a chegada das companhias de baixo custo, possíveis alterações no hábito de viajar, preferências em relação as companhias aéreas que operam a rota entre o continente português e os Açores, tal como possíveis alterações verificadas na RAA em relação ao turismo, seu possível aumento, estadia média, tipo de turista e aos preços praticados após a liberalização. A análise dos dados foi feita através do uso de gráficos circulares ou de barras a fim de retratar o cenário, destacando-se a ideia de que a maioria dos participantes considera a liberalização positiva, tal como a chegada das companhias de baixo custo, tendo-se verificado um aumento no número de turistas, um maior hábito de viajar e uma política de preços, na sua maioria, estável. Numa terceira fase, e ainda em relação à

segunda parte do estudo, recorreu-se à realização de 3 entrevistas a pessoas que trabalham no sector do turismo, nomeadamente numa DMC, Hotelaria e companhia aérea, e que presenciaram de forma direta todo o processo de liberalização.

De certa forma, pode-se dizer que o turismo dentro da RAA, mudou consideravelmente após a liberalização e a chegada das companhias de baixo custo, sendo a opinião geral positiva, principalmente no que diz respeito à diversidade nas rotas e à política de preço praticada. Por um lado, a chegada das companhias aéreas de baixo custo fez com que as pessoas viajassem mais e com maior frequência, mas nem sempre nas próprias companhias de baixo custo. O preço praticado por ditas companhias fez com que as companhias de bandeira baixassem os seus preços praticados, aumentando o nível de concorrência e estimulando o mercado, optando muitos clientes por viajar numa Azores Airlines ou TAP em detrimento da *Ryanair* ou *Easyjet*. Por outro lado, a operação das companhias aéreas de baixo custo para o Açores, tornou o destino mais conhecido, tendo ganho mais notoriedade a nível internacional. Este facto por sua vez fez com que o turismo aumentasse consideravelmente, verificando-se maiores taxas de ocupação, mas ao invés estadias mais curtas. Contudo, esta nova realidade de turismo fez com que se deixasse de verificar uma sazonalidade tão acentuada, verificando-se um aumento do turismo em todos os meses do ano.

Em suma, o estudo foi ao encontro das expectativas, tendo-se sido capaz de caracterizar e descrever o cenário pós-liberalização dentro da RAA e as mudanças verificadas quer no transporte aéreo da ótica do consumidor local, quer da ótica do turismo e respetiva oferta. É certo que o estudo pode e deve ser continuado, dada a temática recente e as continuas alterações e oscilações que se verificam em todo o mercado de transporte aéreo, no turismo regional e no próprio destino turístico. É também esta uma das principais limitações ao estudo realizado, o constante atualizar dos dados e alterações sentidas no âmbito de estudo.

Dentro de um espaço temporal de pouco mais de 2 anos, período no qual decorreu o estudo, muito se alterou dentro da aviação na RAA e, conseqüentemente, nas necessidades dos passageiros e turistas tal como na respetiva oferta e procura. O turismo, neste período, cresceu de uma forma tão acelerada, provocando alterações constantes na

oferta turística, na procura, na diversidade, no número de turistas/clientes, no tipo de turismo dentro da região, que foi quase impossível manter os dados sempre atualizados, acabando-se por demonstrar apenas uma pequena ideia da realidade vivida atualmente. Mesmo as próprias companhias aéreas acabaram por alterar os seus produtos, atraindo novos segmentos de mercado, provocando oscilações nas preferências dos potenciais clientes, como é o caso da TAP a qual deixou de ter incluída na tarifa base uma mala de porão, seguindo os passos das companhias de baixo custo. Potenciais clientes, que antes viajavam na TAP, poderão agora escolher, nas rotas entre a RAA e o continente português, a Azores Airlines, uma vez que esta inclui bagagem. Investigações futuras poderiam concentrar-se na aviação dentro da RAA como principal meio de transporte ou então focar-se no turismo propriamente dito, realizando inquéritos mais abrangentes, por exemplo, e a um maior número de pessoas. Por outro lado, seria também importante estudar a perceção dos turistas e as suas ideias/opiniões relativamente ao turismo na RAA, e potencialmente aplicar ditos dados a um possível cenário concorrencial entre o destino Açores e os demais destinos insulares, dentro da Europa.

## **Bibliografia**

AÇORIANO ORIENTAL (2015) disponível em <http://www.acorianooriental.pt/noticia/aco-res-registaram-no-primeiro-semester-aumento-de-70-nas-escalas-de-cruzeiros> - acessado em Outubro 2015

Adler, N., Xiaowen, F., Tae, O., Chunyan, Y., (2014). Air transport liberalization and airport slot allocation: The case of the Northeast Asian transport market. *Transportation Research, Part A*, 62, 3-19.

Alderighi, M., Cento, A., Nijkamp, P., Rietveld, P. (2012). Competition in the European aviation market: the entry of low-cost Airlines. *Journal of Air Transport Geography*, Vol. 24, 223 – 233.

Baumgartner, M., Finger, M. (2014). European air transport liberalization: Possible ways out of the single European sky gridlock. *Utilities Policy*, Vol. 30, 29-40.

Bubalo, B., Gaggero, A. (2015). Low-cost carrier competition and airliner service quality in Europe. *Transport Policy*, Vol. 43, 23-31.

Cardona, J., (2014). Tipos de oferta turística y actitudes de los residentes: el caso de Ibiza. *Revista Brasileira de pesquisa em turismo*, Vol. 8, 3 – 22.

Calzada, J., Fageda, X. (2014). Competition and public service obligations in European aviation markets. *Transportation Research, Part A*, Vol 70, 104 – 116.

Castro, R. (2010). Elementos de Turismo: Teoría, Clasificación y Actividad. Editorial Universidad Estatal a Distancia. ISBN: 978-9968-31-817-4

COOK (2015). Thomas Cook History. Disponível em <https://www.thomascook.com/thomas-cook-history/key-dates/> - acessado em Outubro 2015

CONCEITO (2015). Disponível em <http://conceito.de/espaco-aereo> - acessado em Novembro 2015

Dobruszkes, F., Mondou, V. (2013). Aviation liberalization as a means to promote international tourism: The EU-Morocco case. *Journal of Air Transport Management*, Vol. 29, 23-34.

Dobruszkes, F. (2013). The geography of European low-cost airline networks: a contemporary analysis. *Journal of Transport Geography*, Vol. 28, 75 – 88.

Donzelli, M. (2010). The effect of low-cost air transportation on the local economy: Evidencie from Southern Italy. *Journal of Air Transport Management*, Vol. 16, 121 - 126 .

Djoser (2015). Rundreisen Portugal. Disponível em <https://www.djoser.de/> - acedido em Outubro 2015.

Dolnicar, S. (2008). Market segmentation in tourism. Research online, Faculty of Business, University of Wollongong, Vol. 16, 1 – 21.

ETC (2015). Visit Europe Magazine. Disponível em <http://visiteurope.cld.bz/VisitEurope-Magazine-October-2015#3/z> - acedido em Outubro 2015.

Eurowings (2015). Disponível em <https://www.germanwings.com/de/buchen/eurowings.html> - acedido em Dezembro 2015.

GO2HR (2015) disponível em <https://www.go2hr.ca/bc-tourism-industry/what-tourism> - acedido em Outubro 2015.

Governo Regional dos Açores (2016). Disponível em: <http://www.azores.gov.pt/PortalAzoresGov/Templates/TextImageDetail.aspx?NRMODE=Published&NRNODEGUID=%7b1042ADB9-15B7-482C-B672-916514BEC5F2%7d&NRORIGINALURL=%2fPortal%2fpt%2fentidades%2fsrtdrt%2ftextoImagem%2fTransporte%2bA%25C3%25A9reo%2bde%2bPassageiros%2ehtm&NRCACHEHINT=Guest#1> – acedido em Janeiro 2016.

Graham, B. (1998). Liberalization, regional economic development and the geography of demand for air transport in the European Union. *Journal of Transport Geography*, Vol. 6, N. 2, 87 – 104.

Hanaoka, S., Takebayashi, M., Ishikura, T., Saraswati, B. (2014). Low-cost carriers versus full service carries in ASEAN: The impact of liberalization policy on competition. *Journal of Air Transport Management*, Vol. 40, 96 – 105.

Hanlan, J., Fuller, D., Wilde, S. (2006). Segmenting tourism markets: a critical review. Souther Cross University ePublications, 219 – 232. Disponível em [https://www.researchgate.net/profile/Simon\\_Wilde/publication/37357627\\_Segmenting](https://www.researchgate.net/profile/Simon_Wilde/publication/37357627_Segmenting)

[tourism markets a critical review/links/551950750cf21b5da3b84108/Segmenting-tourism-markets-a-critical-review.pdf](http://www.tourism-markets-a-critical-review/links/551950750cf21b5da3b84108/Segmenting-tourism-markets-a-critical-review.pdf) - acedido Janeiro 2016

ICAO (2015). International Civil Aviation Organization. Disponível em <http://www.icao.int/Pages/default.aspx> - acedido em Novembro 2015

KOTLER, (1976). Marketing management – Analysis, Planning, Control. Prentice Hall, 150 – 170 Lage, B. (1990). Economia do Turismo. São Paulo: Papyrus, 61 – 74.

Lin, M. (2012). Airlines-within-airlines strategies and existence of low-cost carriers. *Transportation Research*, Part E, Vol. 48, 637 – 651.

Lufthansa (2015) Disponível em <https://www.lufthansagroup.com/de.html> - acedido em Dezembro 2015.

NATIONAL GEOGRAPHIC (2007). Places Rated Islands. Disponível em <http://traveler.nationalgeographic.com/2007/11/nd07placesratedislands.pdf> - acedido em Outubro 2015.

Perovano, D. (2014). Manual de Metodologia Científica. Edição Nr. 1, Juruá Editora, Brasil

Raya-Vilchez, J., Martínez-Garcia, E. (2011). Nationality and low-cost trip duration. A microeconomic analysis. *Journal of Air Transport Management* Vol. 17, 168 – 174.

RYANAIR (2015). Disponível em [www.ryanair.com](http://www.ryanair.com) –acedido em Dezembro 2015.

Observatório do Turismo dos Açores (2011). Turismo em Observação. *Revista Semestral*, N. 8, 1 -32 .

Observatório Regional do Turismo (2008). A qualidade do destino Açores na perspectiva dos turistas. Disponível em <http://www.observatorioturismoacores.com/> - acedido em Dezembro 2015

Olipra, L. (2012). The impact of low-cost carriers on tourism development in less famous destinations. O artigo faz parte do projecto “The impact of air transport on the regional labor markets in Poland” financed by the Polish Ministry of Science and Higher Education. Project number: N N114 180039. 41 – 56.

SATA (2016). Disponível em: <http://encaminhamentos.sata.pt/> - acedido em Fevereiro 2016.

SATA (2016). Disponível em <http://www.sata.pt/pt-pt/press-releases/novas-tarifas-a%C3%A9reas-tarifas-promocionais> – acessado em Março 2016.

Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2009). *Research Methods for business students*. Fifth Edition, Pearson Education Limited, Harlow/Inglaterra.

Silva, T., Kushano, E., Ávila, M. (2008). Segmentação de mercado: uma abordagem sobre o turismo em diferentes faixas etárias. *Caderno Virtual do Turismo*, Vol. 8, N. 2, 105 – 114.

SREA (2015) disponível em [http://estatistica.azores.gov.pt/default.aspx?lang\\_id=1](http://estatistica.azores.gov.pt/default.aspx?lang_id=1) – acessado em Outubro 2015.

TELEGRAPH (2014) disponível em <http://www.telegraph.co.uk/sponsored/travel/azores-holidays/10795446/whale-watching-azores.html> - acessado em Outubro 2015.

Telegraph (2015). Disponível em <http://www.telegraph.co.uk/travel/travelnews/11537240/The-worlds-longest-flights.html> - acessado em Dezembro 2015.

Towner, J. (1995). What is tourism's history? *Tourism Management*, Vol. 16, No. 5, 339 – 343.

Tureac, E., Turtureanu, A. (2008). Types and Forms of Tourism. *Acta Universitatis Danubius*, Nr. 1/2008, 92 – 103.

TURISMO DE PORTUGAL (2015) disponível em <https://www.visitportugal.com/en/destinos/acoes/73826> - acessado Outubro 2015.

Turismo de Portugal (2011). Plano Estratégico Nacional do Turismo 2015. Versão 2.0. Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/PENT%20Revisao%202011.pdf>

Turismo de Portugal (2009). *Conta Satélite do turismo: o turismo na economia – indicadores de atividade turística e económica*. Edição Julho 2009.

UNWTO (2015) disponível em <http://www2.unwto.org/content/why-tourism> - acessado em Outubro de 2015.

Vianna, I. (2001). Metodologia do Trabalho Científico – Um enfoque didático da produção científica. Edição Nr. 1; E.P.U. Editora, São Paulo

WIKINGER (2015) disponível em <http://www.wikinger-reisen.de/index.php> - acessado em Outubro 2015

Woodward, I., et al. (2007). Handbook on Tourism Market Segmentation – Maximising Marketing Effectiveness. *World Tourism Organization*, P. 1, disponível em [https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4683/A6CE/B3EC/EA78/E6F6/C0A8/0164/2FE4/070628\\_handbook\\_tourism\\_market\\_segmentation\\_extract.pdf](https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4683/A6CE/B3EC/EA78/E6F6/C0A8/0164/2FE4/070628_handbook_tourism_market_segmentation_extract.pdf) - acessado em Outubro 2015.

World data bank (2015). Disponível em <http://www.worldbank.org/> - acessado em Dezembro 2015.

Zhang, Y., Findlay, C. (2014). Air Transport policy and its impacts on passenger traffic and tourist flows. *Journal of Air Transport Management*, Vol. 34, 42-48.

## **Anexos**

**Anexo 1**  
**Questionário realizado**

O turismo nos Açores e a liberalização do Espaço aéreo – Análise das perceções das partes interessadas na ilha de São Miguel

---

**Idade**

Menos de 20

21 a 30

31 a 40

41 a 50

Mais de 50

**Residente nos Açores**

Sim

Não

**Concorda com a liberalização do espaço aéreo?**

Sim

Não

Não sei

**Concorda com a chegada das companhias de baixo custo?**

Sim

Não

Não sei

**Já viajou nas companhias de baixo custo de/para São Miguel?**

Sim

Não

**Quando viaja de/para o Continente Português, por qual companhia aérea opta?**

Azores Airlines

TAP Portugal

Ryanair

Easyjet

**Quais os critérios essenciais para a sua escolha?**

*Pode escolher mais que uma opção*

Preço

Hórrario

Conforto

Serviços incluídos na tarifa

**Considera o novo modelo de transporte aéreo melhor?**

*Com a liberalização e a conseqüente chegada das companhias de baixo custo, o modelo de transporte dentro da RAA mudou, deixando por exemplo de existir a tarifa de residente.*

*Para além disso foi introduzido o sistema dos encaminhamentos entre aeroportos.*

Sim

Não

Não sei

**Sentiu uma mudança no Turismo dentro da RAA após a liberalização?**

Sim

Não

Não sei

**Considera que as pessoas residentes na RAA viajam mais, após a liberalização?**

Sim

Não

Não sei

**No cenário pós-liberalização, como avalia as seguintes situações?**

	Discordo totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
O turismo internacional aumentou?					
O turismo nacional aumentou?					

O tipo de turista que visita a RAA mudou?					
O tempo médio de estadia na RAA diminuiu?					
Os preços dos serviços turísticos aumentaram? Por exemplo Restauração.					

**Quais são, no seu ver, os pontos positivos da liberalização e da chegada das companhias de baixo custo?**

	Discordo totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
Aumento da concorrência					

Redução dos preços das passagens					
Maior oferta da ótica do consumidor					
Aumento do turismo					

**Considera que a liberalização e a chegada das companhias de baixo custo tornou o destino Açores mais conhecido?**

Sim

Não

Não sei

**Considera que a liberalização fez aumentar a oferta turística?**

Sim

Não

Não sei

**Considera que a liberalização e a chegada das companhias de baixo custo fez aumentar o número de turistas na RAA?**

Sim

Não

Não sei

**Considera que a liberalização fez aumentar a oferta de emprego dentro da RAA?**

Sim

Não

Não sei

**Considera que a RAA pode estar em risco de se tornar num destino de massas?**

Sim

Não

Não sei

**Anexo 2**  
**Entrevistas realizadas**

## **Área de entrevista: Agência de Viagens / DMC**

Nome: Luis Cogumbreiro

Idade: 62

Cargo: Director da Panazorica DMC

Data: Março 2017

### **Opinião geral sobre as LCC's**

As chamadas Low Cost Carriers não têm nada a ver com o conceito de tour operador, inviabilizando a realização Congressos e Incentivos, uma vez que não é possível a cooperação entre este segmento de mercado e as companhias de baixo custo. Para além disso, a situação da Meeting Industrie irá correr o risco de piorar dentro da região uma vez que os preços não são competitivos.

### **Opinião geral sobre a liberalização**

A liberalização foi positiva para os residentes dentro da RAA, mas não para a tour operação e os respetivos operadores. O mesmo se verifica no caso das companhias de baixo custo, tendo a sua chegada sido positiva para os residentes dentro da RAA, mas negativo para o TO.

### **Opinião geral sobre o novo sistema de transporte aéreo**

O novo sistema de transporte aéreo é melhor para os residentes dentro da RAA, apesar da maioria das ilhas do Arquipélago se encontrarem numa certa desvantagem comparativamente com as ilhas de São Miguel e Terceira.

### **Opinião sobre como reagiram as companhias de bandeira à liberalização**

A TAP Portugal, por exemplo, disse logo após a liberalização que deixaria de voar para a ilha do Faial, dado que, qualquer residente numa das ilhas que não tenha ligações com as companhias de baixo custo, tem acesso a um bilhete de ligação gratuito. Este sistema pretende garantir que todos os residentes dentro da RAA, independentemente da ilha,

possam usufruir das companhias de baixo custo e/ou tarifas mais baixas. Outro exemplo é o facto de a TAP Portugal ter cancelado 16 voos no espaço de XXXX, no mês de Março de 2017, devido à falta de ocupação.

Há que realçar também que a TAP Portugal é de grande importância para a RAA dada a sua grande variedade de ligações, a partir de Lisboa e Porto, para toda a Europa.

### **Breve caracterização da situação do TO de momento**

A tour operação melhorou e os números cresceram, mas não graças às LCC's, uma vez que a maioria dos clientes não chega aos Açores numa das LCC's. Melhorou dado o aumento da procura, o qual se deve principalmente ao grande investimento que as associações de turismo têm feito a fim de promover o destino. A oferta dentro da TO melhorou, contando-se em meados de 2017 com um total de 15 000 camas, em todas as ilhas, e 4000 camas referentes ao chamado alojamento local.

Considera que a liberalização e a chegada das companhias de baixo custo tenham tido um impacto positivo no mercado de trabalho?

Sim, a maior procura e o aumento do número de turistas fizeram aumentar número de postos de trabalho.

### **Considera que os preços dentro da RAA aumentaram?**

Os preços dos hotéis subiram ligeiramente, abaixo de 5%, o mesmo se verifica na restauração e nos demais serviços, com exceção das companhias de aluguer de carros e animação turística, como é o caso das excursões e passeios turísticos. Nestes segmentos, verificou-se uma descida dos preços, dado o crescimento da oferta nos últimos tempos. Principalmente a oferta de passeios turísticos é afetada uma vez que cada vez mais pessoas exercem a função de guia, sem estar devidamente qualificado para tal.

### **Considera que os Açores estão a correr o risco de se tornar num destino de massas?**

Não, não estão em risco de se tornar num destino de massas, quer pela sua caracterização, quer pela sua acessibilidade e pelo produto turístico que representam.

**Quais são os mercados emissores com maior importância para a RAA?**

Portugal é o mercado com maior importância para a RAA, baseado no número de turistas que visitam a região, sendo neste mercado, as LCC's, a maior oferta e os preços mais baixos, considerado como ponto positivo e a favor do crescimento.

O segundo mercado com maior importância é o Alemão, quer pelo hábito de viajar que este país tem a respetiva capacidade económica para o fazer, quer pelas ligações diretas existentes entre a ilha de São Miguel, nomeadamente, e algumas das mais importantes cidades alemãs. Para este mercado a operação das LCC não é de relevância.

## **Área de entrevista: Hotelaria**

Nome: João Cogumbreiro

Idade: 51

Cargo: Director do Hotel Marina Atlântico

Data: Julho 2016

### **1) Caracterização da empresa**

**Quando foi fundada?** 2003 – HTA – Hotel Marina / Hotel do Canal / Terceira Mar Hotel

**Quantos funcionários tem?** 94

**Considera o hotel que gere uma pequena/média ou grande empresa?** Média

**Quantos funcionários tem? Quantos escritórios/unidades de alojamento tem ao total a empresa que gere?** 94 no mesmo hotel. Existe mais serviços periféricos, mas funcionam como prestadores de serviço / fornecedores.

### **2) Breve caracterização da empresa e seu cenário de negócio antes da liberalização**

**A que segmentos de mercado se dirige a sua unidade de alojamento?** Lazer, Negócios, *MICE*

**Que tipo de turista/cliente opta por ficar no seu hotel?** Jovem e de meia-idade; alguns clientes Seniores.

**Quais os principais mercados emissores para o seu hotel? Enumere por ordem de importância para a empresa.** Por nacionalidade: Portugal / Alemanha / RU / Espanha / Holanda / Bélgica.

**Qual foi a sua taxa de ocupação antes da liberalização?** Cerca de 60%

**De quantos dias foi a estadia media antes da liberalização?** 5 dias

**De que país vinha a maioria dos clientes antes da liberalização?** Essencialmente Portugal, EUA, Canadá e RU.

**Chegavam à RAA de avião? Se sim, em que companhia?** Sim. Antes da liberalização vinham essencialmente com a Sata Internacional e com a Tap em *code-share* com a Sata. Depois disso somente a *Air Berlin* e a *Primera*.

**3) Breve caracterização da empresa e seu cenário de negócio após a liberalização**

**A que segmentos de mercado se dirige a sua unidade de alojamento?** Diversos: lazer, *corporate*, tour operação, diretos Online.

**Que tipo de turista/cliente opta por ficar no seu hotel?** Diversificado: empresas / *corporate*, lazer, short breaks do Porto e Lisboa, MICE, Eventos temáticos.

**Quais os principais mercados emissores para o seu hotel? Enumere por ordem de importância para a empresa:** Portugal / Alemanha / EUA / Espanha / França / RU / Holanda / Bélgica / Canadá

**Qual foi a sua taxa de ocupação após a liberalização?** Até agora cerca 70% ocup/#

**De quantos dias foi a estadia media após a liberalização?** 3,5 dias

**De que país vem a maioria dos clientes após a liberalização?** Portugal / Alemanha / EUA / Espanha / França / RU / Holanda / Bélgica / Canadá

**Chegam à RAA de avião? Se sim, em que companhia?** Depois da liberalização vêm com a Azores Airlines, Tap, *Ryanair* e *Easyjet* e ainda *Air Berlin* *Jetair* e *Primera*.

**4) As mudanças sentidas no cenário pós-liberalização nos Açores com influência na sua empresa**

**Defina e caracterize o cenário que se vive/viveu após a liberalização. O que mudou dentro do seu setor e/ou empresa?** Essencialmente o que mudou foi o perfil do cliente / turista. De origens distintas com objetivos distintos. No hotel aumento da ocupação, das vendas e do tipo de produtos que procuram. Mais exigência! Grande redução na sazonalidade!

**Sentiu/sente uma mudança dentro do turismo em geral? Se sim, de que forma?** Sim, mais pessoas em circulação e mais viaturas, aliado a restaurantes mais cheios e mais movimento de uma forma geral.

**Sente que os seus clientes mudaram? Se sim, de que forma?** Sim. Querem mais diversidades e mais autenticidade, mas têm mais poder de compra.

**E como isso se fez sentir?** Mais vendas, procura de produtos mais originais e diferenciados fugindo dos *fast food* por ex.

**Sentiu uma mudança nos principais mercados de clientes dentro da sua empresa? Se sim, quais os mercados que se destacam agora?** Ligeira redução dos *Corporate* em comparação com o segmento lazer que aumentou grandemente ao longo do ano.

**Sentiu na sua empresa impactos positivos inerentes à liberalização? E negativos?**

Positivos – Mais dinheiro fica na região, mais pessoas e mais notoriedade do destino, mais emprego, mais oportunidades para quem procura investir no turismo, mais expectativa e mais futuro; rapidez na criação de alternativas de alojamento (AL).

Negativo – Poucas pessoas disponíveis para trabalhar e sem formação; aumento desajustado de camas paralelas e de Alojamento Local em relação à Hotelaria Tradicional. Perigo de *over building*; aumento especulativo do custo das casas e terrenos; comercio paralelo, desregulação,

### **Que externalidades verificou?**

Mais atividade na economia local com efeitos positivos para as famílias para o Emprego e para a Economia. A liberalização foi a chave de entrada no ano zero do turismo nos Açores e uma oportunidade dos Açorianos saírem da sua terra para conhecerem outras realidades no exterior.

### **5) Opinião pessoal sobre a liberalização do espaço aéreo**

**Quais são, no seu ver, os pontos positivos da liberalização?** Abertura à saída e à chegada de mais pessoas beneficiando ambas as partes: quem reside e quem visita; democratização do acesso ao turismo fora da região, acessibilidades sem limites, redução dos preços, aumento da notoriedade dos Açores no exterior, fixação de riqueza nas ilhas, aumento do emprego, dar protagonismo a atividades antes adormecidas, etc.

### **Quais foram, no seu ver, os benefícios para a RAA? E para o sector hoteleiro?**

Para os Açores é uma oportunidade de ouro mas altamente condicionada politicamente nesta primeira fase mas que se espera estabilização. Aumento da concorrência e aumento do estímulo num mercado mais competitivo e concorrencial beneficiando a oferta e a procura com o fim de uma melhor experiencia na região.

### **Quais são, no seu ver, os pontos negativos da liberalização? Quais foram, no seu ver, os impactos negativos para a RAA? E para o sector hoteleiro?**

Negativos: mais camas eventualmente com menos qualidade; concorrência das camas paralelas sem ser legais; desregulação, perigo em destruir a beleza das ilhas com áreas sobre povoadas, aumento imobiliário, etc.

### **Quais são, no seu ver, as potencialidades para a RAA após a liberalização?**

Potencialidades – Aumento da notoriedade, diferenciação do destino, aumento dos preços de venda devido a uma maior procura; aumentar a qualidade da formação profissional para

satisfazer a procura, assumir os Açores como destino turístico sustentável e credível com distribuição para todas as ilhas.

**O que acha que irá mudar? E em quê a RAA poderá investir para fazer face à liberalização?**

**Caso ache pertinente e a situação atual assim o exija**

Sem dúvida que abrir totalmente o espaço aéreo pode ter riscos porque nunca é proporcional á oferta e capacidade instalada. A procura e a oferta têm de acertar estratégias sob pena de sofrermos de forma irreversível.

**Quais são, no seu ver, as ameaças para a RAA após a liberalização?**

Demasiados hotéis / camas para uma ilha tão pequena – urge definir *plafond* para a construção de hotéis;

Pouca formação dos Recursos Humanos locais incapazes de acompanhar a procura (ex. Algumas escolas de formação não estão alinhadas com o fenómeno). O perfil dos açorianos está longe das necessidades para as áreas de turismo. O paradigma dos lacticínios e da lavoura ou da pesca prevalece o que levanta problemas de afirmação do tipo de perfil de RH que temos à disposição nestas ilhas. Não há cultura turística nos Açores!!!!

A liberalização do espaço aéreo é também politicamente responsável pelo fenómeno. Daí que o sucesso deste processo depende de variáveis pouco fáceis de controlar e que dependem também de decisões da EU. É um fenómeno que pode sair de cena rapidamente.

Turismo como sector muito volátil no panorama Europeu (ex. Portugal beneficiou com as desgraças da Tunísia, Turquia e Egipto) ganhando por demérito de terceiros e menos pela sua afirmação.

**O que acha que irá mudar? De que forma a liberalização poderá prejudicar a RAA?**

A RAA vai ganhar mais que perder. Dificilmente os Açores serão massificados, mas a expectativa é alta e a limitação na sua expansão poderá relativizar a necessidade de aumentar os padrões de serviço ideias.

O mercado aberto é fundamental para acelerar a economia pelo que somente a circulação de moeda falsa ou o aumento de problemas relacionados com o tráfico de droga e da assunção de políticas para o turismo sexual o que parece pouco provável.

As vantagens são neste caso maiores que as desvantagens.

### **Área de entrevista: Aviação / Grupo SATA / Azores Airlines**

Nome: entrevista anonima

Data: Março 2017

#### **1) Caracterização da empresa**

**Quando foi fundada?** 1941, embora só tenha iniciado operações em 1947;

**Considera a empresa que gere uma pequena/média ou grande empresa?** Grande empresa dos Açores

**Quantos funcionários tem?** Cerca de 1.500 nas 5 empresas do Grupo: SATA Air Açores, Azores Airlines, SATA Gestão de Aeródromos, Azores Express e SATA Express.

#### **2) Breve caracterização da empresa e seu cenário de negócio antes da liberalização**

**A que segmentos de mercado se dirige a SATA, principalmente?** Residentes nos Açores, emigrantes e descendentes de Açorianos, turistas de Portugal Continental, Madeira e do resto do mundo com interesse em viajar para os Açores.

**Que tipo de turista/cliente opta por viajar na SATA?** As motivações para as viagens são diversas e abrangentes, mas destacam-se as seguintes:

- lazer/férias;
- visitar família e amigos;
- saúde;
- negócios/reuniões;
- eventos ou congressos;

**Quais os principais mercados emissores/rotas para a SATA? Enumere por ordem de importância para a empresa**

- Continente Português;
- Residentes nos Açores;
- EUA;
- Canadá;
- Alemanha;

**Qual foi a sua taxa de ocupação/grau de venda antes da liberalização?** 78% em termos globais em 2014 (embora na SATA Air Açores a taxa de ocupação seja mais baixa).

**De que país vinha a maioria dos passageiros antes da liberalização?** Portugal

**3) Breve caracterização da empresa e seu cenário de negócio após a liberalização**

**A que segmentos de mercado se dirige a sua empresa, principalmente, após a liberalização?** (caso tenha alterado). Os mesmos, mas com importante reforço dos EUA e Canadá.

**Que tipo de turista/cliente opta por viajar na SATA?** Os mesmos.

**Quais os principais mercados emissores/rotas para a SATA?** Enumere por ordem de importância para a empresa. Mantiveram-se os mesmos, embora com especial reforço dos EUA e Canadá

**Qual foi a sua taxa de ocupação após a liberalização?** 80% em termos globais em 2015 (embora na SATA Air Açores a taxa de ocupação seja mais baixa).

**De que país vem a maioria dos passageiros após a liberalização? Manteve-se**

**4) As mudanças sentidas no cenário pós-liberalização nos Açores com influência na sua empresa**

**Defina e caracterize o cenário que se vive/viveu após a liberalização. O que mudou dentro do seu setor e/ou empresa?** Esmagamento dos preços em algumas rotas; excesso de oferta; aumento substancial do número de passageiros na rota Lisboa – São Miguel; aumento do número de passageiros nos voos inter-ilhas;

**Sentiu/sente uma mudança dentro do turismo em geral? Se sim, de que forma?** Sim. Maior notoriedade do destino a nível mundial. Redução do preço do transporte aéreo para São Miguel.

**Sente que os seus clientes mudaram? Se sim, de que forma?** Não houve mudanças substanciais no tipo de cliente interessado em viajar na SATA. Apenas foi possível captar clientes adicionais na rota Lisboa – Ponta Delgada – Lisboa, nomeadamente um tipo de cliente mais jovem e com comportamento de consumo *online*. A SATA acabou por beneficiar do efeito de comparação de preços *online* em que em alguns momentos consegue ter preços mais competitivos que a concorrência e noutros, consegue oferecer um produto mais adaptado às necessidades dos turistas e residentes (não querem o incómodo de ter de pagar para levar bagagens ou a pressão que existe nas *low-cost*; por vezes preferem vir em pacotes turísticos que não são vendáveis através das *low-cost*).

**E como isso se fez sentir?** O mercado segmentou-se naturalmente, mas com o aumento de notoriedade do destino Açores pelo “*buzz*” criado pelas *low-cost*, foi possível aumentar a procura, embora o excesso de oferta em alguns períodos seja evidente. O alojamento está a ter dificuldade em acompanhar a procura em alguns momentos do ano como o pico do Verão.

**Sentiu uma mudança nos principais mercados de clientes dentro da sua empresa? Se sim, quais os mercados que se destacam agora? Manteve-se**

**Sentiu na sua empresa impactos positivos inerentes à liberalização? E negativos? Já referidos acima.**

#### **5) Opinião pessoal sobre a liberalização do espaço aéreo**

**Quais são, no seu ver, os pontos positivos da liberalização?** Qualquer processo de liberalização é positivo, porque deixa o mercado atuar, no fundo, a lei da procura e oferta funciona por si. O anterior regime obrigava à manutenção de um preço médio sempre igual, o que não permitia a adaptação do preço consoante a procura. Se há procura os preços sobem para níveis superiores aos que existiam no passado, se não há procura os preços descem para níveis inferiores aos que existiam no passado. Claro que em mercados onde a procura é diminuta é preciso termos a certeza que a liberalização vai funcionar, senão acabamos por ter um aumento dos preços e uma saída das companhias aéreas por falta de procura.

Houve um reforço significativo e muito positivo de notoriedade turística dos Açores e um efeito generalizado de mentalização de que “afinal os Açores não são caros”, mesmo que em alguns períodos do ano esse raciocínio seja falso. Mas o que conta é a perceção dos clientes e potenciais turistas e, essa, mudou de facto.

Destacaria também o importante efeito que se registou na mobilidade inter-ilhas e no aumento de voos que esse aumento de procura também ajudou a criar.

**Quais são, no seu ver, os pontos negativos da liberalização? Quais foram, no seu ver, os impactos negativos para a RAA? E para o sector do transporte aéreo?**

- Efeito de crescimento desigual entre ilhas. A oferta aumentou exponencialmente na ilha de São Miguel com ritmos bem mais reduzidos nas restantes ilhas;

- Com a estratégia de penetração agressiva e dominação do mercado habitual na *Ryanair* existem dois fenómenos negativos: afastamento de interesse de outras companhias aéreas (a própria *Easyjet* reduziu drasticamente o seu interesse nos Açores e outros exemplos de

companhias charter e regulares também ocorreram; é também habitual a preocupação manifestada por Operadores Turísticos que veem o potencial de captação de turistas para pacotes turísticos de férias nos Açores reduzido devido aos preços imbatíveis que a *Ryanair* acaba por oferecer); o perigo de empresas como a SATA (ou a própria TAP) serem removidas do mercado pelas estratégias agressivas da Ryanair. É fundamental, por isso, garantirmos que continua a existir concorrência no mercado, e que a SATA é acarinhada, enquanto empresa que é fundamental para a estratégia turística e de transportes da RAA, mas também como balizadora comercial das restantes operadoras.

**Quais são, no seu ver, as potencialidades para a RAA após a liberalização?** Continuar a dinamizar a mobilidade dentro da RAA e reforçar a notoriedade internacional de um destino turístico preservado, que não é de massas, com elevados índices de sustentabilidade ambiental e de natureza exuberante e mística. Outro dos desafios importantes será nos próximos anos, e após o período de consolidação de fluxos turísticos e de notoriedade, nos posicionarmos num segmento de clientes um pouco mais *premium* e exclusivo, afinal mais condicente com o tipo de destino que nos queremos afirmar.

**O que acha que irá mudar? E em quê a RAA poderá investir para fazer face à liberalização, caso ache pertinente e a situação atual assim o exija?**

A meu ver os desafios estão mais ao nível da qualificação da oferta turística em termos de alojamentos e de pontos de interesse turístico, em que devemos apostar num conceito de maior qualidade, inovação, simpatia, atenção aos detalhes e bem-estar para os Turistas. Ao conseguirmos este “*upgrade*” na oferta turística, estaremos em condições de obter melhores margens e subir o preço do alojamento, das atividades turísticas e do próprio transporte aéreo, porque afinal estaremos a captar um turista mais exigente, mas com mais propensão a pagar “*value for money*”, garantindo o conceito de preservação da natureza e da sustentabilidade do destino turístico.

A diversificação de destinos com voos diretos e a redução da sazonalidade turística, são também importantes desafios para o futuro.

**Quais são, no seu ver, as ameaças para a RAA após a liberalização?**

É fundamental garantirmos que continua a existir concorrência. Não podemos ficar nas “mãos” de companhias como a *Ryanair*.

**O que acha que irá mudar? De que forma a liberalização poderá prejudicar a RAA?**

Com o conceito turístico de destino de natureza e ambientalmente preservado que temos, é fundamental mantermos uma constante análise entre a adequação entre a procura e a oferta que poderemos legitimar em cada ilha, sob pena da pressão sobre os recursos ser tão elevada que descaracterizamos o nosso conceito turístico.

Ainda estamos em fase de estimulação da procura, mas sem dúvida que dentro de poucos anos estaremos numa fase de controlo da oferta e de subida natural dos preços nos momentos de maior procura, segmentando de uma forma natural os turistas que nos procuram.