



LABORATÓRIO NACIONAL  
DE ENGENHARIA CIVIL

DEPARTAMENTO DE EDIFÍCIOS  
Núcleo de Arquitectura e Urbanismo

Proc. 0806/11/17779

# **HOTÉIS ATRACTIVOS PARA HÓSPEDES SENIORES**

## **A experiência da região do Algarve**

Estudo desenvolvido no Laboratório Nacional de Engenharia Civil no âmbito da colaboração com o Programa Doutoral em Arquitectura do Instituto Superior Técnico

Lisboa • Outubro de 2010

**I&D** EDIFÍCIOS

**RELATÓRIO 360/2010 – NAU**



## **Hotéis atractivos para hóspedes seniores: A experiência da Região do Algarve**

### **Resumo**

Uma das consequências do envelhecimento da estrutura demográfica portuguesa e europeia é o número cada vez mais elevado de pessoas na reforma ou perto dela que dispõem de mais tempo livre e que procuram actividades para o preencher. Nalguns estratos sociais, em que as pessoas podem beneficiar das economias acumuladas durante uma vida de trabalho, ou de algum apoio institucional, os idosos dispõem dos meios financeiros necessários para viajar. Assim, o turismo constitui uma interessante actividade de lazer para ocupar o tempo livre deste sector da população.

Nos estabelecimentos turísticos, principalmente aqueles vocacionados para desfrutar de «*sol e mar*», como é o caso da maioria dos localizados no Algarve, uma vez terminada a época do Verão a ocupação fica aquém da capacidade instalada. A sazonalidade do turismo prejudica os estabelecimentos e a economia da região, podendo ser minimizada pelo aumento do turismo sénior durante a época baixa. Na época baixa, os turistas seniores são os principais ocupantes dos estabelecimentos turísticos no Algarve.

Sendo o turismo sénior um segmento do mercado turístico que é actualmente relevante e que tem potencial para aumentar no futuro, é importante identificar as características que os hotéis devem ter para responderem às necessidades e expectativas dos hóspedes seniores. Para dar resposta a esta questão foram realizadas entrevistas, sobre as necessidades dos hóspedes seniores, a directores de seis hotéis de 4 e 5 estrelas localizados na Região do Algarve.

Os resultados obtidos indicam que os hóspedes seniores não apreciam ser tratados como um grupo distinto e procuram hotéis frequentados por clientes de várias idades. Contudo, os hóspedes seniores valorizam especialmente aspectos como: serem bem acolhidos e tratados com familiaridade; poderem recolher-se em lugares comuns calmos em situações de agitação; sentirem-se seguros no hotel e nos espaços públicos envolventes; disporem de apoio de saúde em caso de necessidade; os percursos pedonais serem curtos, amplos e sem desníveis ou obstáculos; disporem de actividades de animação no hotel; poderem integrar-se em actividades organizadas que têm lugar fora do hotel, como passeios e visitas; e, manterem os seus horários enquanto estão alojados no hotel e quando se envolvem em outras actividades fora do hotel. Além disso, os hóspedes seniores são particularmente sensíveis às condições de conforto ambiental nos quartos, nomeadamente conforto acústico, térmico e visual.

O presente relatório está organizado nos seguintes capítulos: 1) introdução, 2) caracterização do turismo na Região do Algarve, 3) análise da relação entre idosos e turismo, 4) descrição do uso dos hotéis por hóspedes seniores, e 5) conclusões, discussão e desenvolvimentos futuros. Em anexo apresenta-se o questionário utilizado nas entrevistas.

## **Attractive hotels to senior guests: The case of Algarve region**

### **Abstract**

One of the consequences of the aging of Portuguese and European demographic structure is the record number of people in or near retirement who have more free time and seek activities to fill it. In social strata where people can benefit from the savings accumulated over a lifetime of work, or from some institutional support, the elderly have the financial means to travel. Therefore, tourism is an interesting leisure activity for this sector of the population.

At tourist facilities, especially those geared to enjoy «*sun and sea*», as it is the case with most located in the Algarve, once the summer season finishes occupancy falls short of capacity. The seasonality of tourism harms businesses and the economy of the region, and may be minimized by the increase in senior tourism during the low season. Senior tourists are already the main occupants of tourist establishments in the Algarve during the low season.

Since senior tourism is already a relevant segment of the tourism market that has the potential to increase in the future, it is important to identify the characteristics that hotels should have to meet the needs and expectations of senior guests. To address this issue interviews were conducted on the needs of senior guests with directors of six hotels, with 4 and 5 stars, located in the Algarve region.

The results indicate that senior guests do not appreciate being treated as a distinct group and are looking for hotels used by customers of all ages. However, the senior guests particularly value aspects such as: being welcomed and treated with familiarity; having peaceful places away from the bustle where they can relax; feeling safe in the hotel and in public spaces; having access to health support if necessary; walking in level and clear paths; having access to entertainment activities in the hotel; being able to integrate organized activities outside the hotel, such as trips and visits; having regular schedules while they are staying at the hotel and when they engage in other activities outside the hotel. Moreover, they are particularly sensitive to environmental conditions of comfort in the rooms, including acoustic, thermal and visual comfort.

This report is organized into the following chapters: 1) introduction, 2) characterization of tourism in the Algarve region, 3) analysis of the relationship between tourism and the elderly, 4) description of the use of hotels by senior guests, and 5) conclusions, discussion and future developments. The questionnaire used in interviews is included as annex.

**Hotéis atractivos para hóspedes seniores:  
A experiência da Região do Algarve**

**Índice**

1.	Introdução .....	1
1.1	Enquadramento .....	1
1.2	O problema .....	1
1.3	Objecto e objectivos .....	2
1.4	Metodologia .....	2
2.	O turismo na Região do Algarve .....	4
2.1	Génese e desenvolvimento da actividade turística .....	4
2.2	A Região do Algarve .....	5
2.3	A evolução do turismo na Região do Algarve .....	6
2.4	A procura turística na Região do Algarve .....	7
2.5	O turismo de Saúde e de Bem-estar .....	10
2.6	O turismo de golfe .....	12
3.	Os idosos e o turismo .....	15
3.1	Envelhecimento da estrutura demográfica .....	15
3.2	Disponibilidade de tempo dos idosos para o viajar .....	16
3.3	O envelhecimento e a capacidade funcional .....	17
3.4	Conceito de turista sénior .....	18
3.5	O turismo sénior nacional .....	19
3.6	O turismo sénior no Algarve .....	20
4.	O uso dos hotéis por hóspedes seniores .....	22
4.1	Trabalho de terreno e instrumentos .....	22
4.2	Características dos hotéis .....	23
4.3	Ocupação e estadia .....	23
4.4	Utilização dos quartos .....	26
4.5	Realização de refeições .....	27
4.6	Características dos serviços e actividades .....	29
4.7	Conforto ambiental, segurança, saúde e acessibilidade .....	31
5.	Conclusões, discussão e desenvolvimentos futuros .....	35
5.1	Síntese dos resultados .....	35
5.2	Limitações .....	36
5.3	Discussão .....	37
5.4	Desenvolvimentos futuros .....	38
	Referências bibliográficas .....	41
	Lista de acrónimos .....	44
	Anexo – Questionário .....	A.1

## **Hotéis atractivos para hóspedes seniores: A experiência da Região do Algarve**

### **Índice de figuras**

Figura 1 – Sub-regiões naturais do Algarve; Serra, Barrocal, e Litoral.....	5
Figura 2 – Distribuição dos passageiros desembarcados no Aeroporto de Faro por origem do voo .....	9
Figura 3 – Ocupação dos quartos e das camas segundo as categorias no ano 2009 .....	9
Figura 4 – Distribuição dos hóspedes e das dormidas segundo a procedência.....	10
Figura 5 – Crescimento, em número de buracos, da oferta do Golfê no Algarve.....	12
Figura 6 – Procura do Golfê por nacionalidades .....	13
Figura 7 – Evolução da proporção da população jovem e idosa no total da população (%), Portugal, 1960-2050 .....	15
Figura 8 – Proporção da população idosa (65 ou mais anos). União Europeia (15) 2002.....	16
Figura 9 – Capa da brochura de publicidade para turistas maiores de 55 anos .....	19
Figura 10 – Percentagem de ocupação por turistas seniores no total da ocupação das unidades de alojamento.....	21

### **Índice de quadros**

Quadro 1 – Quantidade, tipologia e capacidade dos estabelecimentos turísticos do Algarve por classificação.....	8
Quadro 2 – Quantidade de passageiros desembarcados mensalmente no Aeroporto de Faro em 2009 .....	8
Quadro 3 – Distribuição em percentagem dos hóspedes nas cidades do Algarve segundo a procedência.....	10
Quadro 4 – Perfil geral do turista no Algarve.....	14
Quadro 5 – Características dos hotéis.....	23
Quadro 6 – Ocupação e estadia de hóspedes seniores .....	25
Quadro 7 – Utilização dos quartos por hóspedes seniores.....	27
Quadro 8 – Refeições de hóspedes seniores .....	28
Quadro 9 – Utilização de serviços e actividades por hóspedes seniores .....	30
Quadro 10 – Importância atribuída pelos hóspedes seniores às condições de ambiente, segurança e acessibilidade .....	33

## **Hotéis atractivos para hóspedes seniores: A experiência da Região do Algarve**

### **1. Introdução**

#### **1.1 Enquadramento**

O presente relatório apresenta os resultados de um projecto de especialização desenvolvido no Laboratório Nacional de Engenharia Civil (LNEC), no quadro da sua participação no Programa Doutoral em Arquitectura do Instituto Superior Técnico (IST), no ano lectivo de 2009/2010.

O plano curricular do Programa Doutoral em Arquitectura do IST permite aos alunos participar num projecto de especialização formativa que complemente a sua área de investigação de interesse. O referido projecto pode ser realizado em alguma das instituições ou centros de investigação associados ao Programa Doutoral.

O LNEC, através do Núcleo de Arquitectura e Urbanismo (NAU) do Departamento de Edifícios, é uma das instituições de investigação associadas ao Programa Doutoral. O NAU propôs aos doutorandos um conjunto de projectos de especialização na área da qualidade da habitação e áreas residenciais, entre os quais um projecto sobre o «*Turismo Sénior*». Este projecto despertou o interesse de um dos doutorandos, pelo que foi definido um plano de trabalho detalhado e acompanhada a sua concretização.

#### **1.2 O problema**

A estrutura demográfica nacional irá envelhecer nas próximas décadas, prevendo-se que em 2050 um terço da população portuguesa tenha mais de 65 anos (INE, 2004). Em complemento, as pessoas na reforma ou perto dela dispõem de mais tempo livre e procuram actividades que possam preencher esse tempo. Nalguns estratos sociais, recorrendo a economias acumuladas durante uma vida de trabalho ou a algum apoio institucional, é possível aos idosos dispor dos meios financeiros necessários para viajar. Assim sendo, o turismo constitui uma interessante actividade de lazer para ocupar o tempo livre deste sector da população geral.

Nos estabelecimentos turísticos, principalmente aqueles vocacionados para desfrutar de «*sol e mar*», como é o caso da maioria dos hotéis localizados no Algarve, uma vez terminada a época de Verão a ocupação diminui e fica aquém da capacidade instalada. A sazonalidade do turismo prejudica os estabelecimentos e a economia da região, podendo ser minimizada pelo aumento do turismo sénior durante a época baixa. Na época baixa os hóspedes seniores já são os principais ocupantes dos estabelecimentos turísticos no Algarve (Ferreira, 2006).

### **1.3 Objecto e objectivos**

O turismo sénior um segmento do mercado turístico que é actualmente relevante e que tem potencial para aumentar no futuro. Assim, interessa identificar as características que os estabelecimentos turísticos em geral, e os hotéis em particular, devem possuir de modo a responderem de forma adequada às necessidades e expectativas dos hóspedes seniores.

Com este estudo pretende-se dar resposta às seguintes questões:

- a) Quais os aspectos mais valorizados pelos hóspedes seniores nos hotéis de 4 e 5 estrelas localizados na Região do Algarve?
- b) Quais os principais problemas com que os hóspedes seniores se deparam na utilização desses mesmos hotéis?

A Região do Algarve foi escolhida por constituir um destino turístico de excelência em Portugal, em particular para o turismo de «*sol e mar*». Optou-se por estudar hotéis de 4 e 5 estrelas porque, segundo estudos anteriores, os turistas seniores ficam maioritariamente alojados em estabelecimentos destas categorias (Ferreira, 2006). Entende-se por hóspede sénior o que tenha mais de 54 anos, porque esta classificação corresponde à geralmente utilizada no mercado turístico (SaeR *apud* Cavaco, 2009).

### **1.4 Metodologia**

Para dar resposta às questões acima identificadas, o estudo foi desenvolvido de acordo com a seguinte metodologia:

Fase 1 – Caracterização do caso de estudo:

- a) Pesquisa e revisão bibliográfica de artigos e comunicações, livros e estudos.
- b) Contacto com entidades relacionadas com o turismo na Região do Algarve.
- c) Síntese sobre a actividade turística, abordando em particular o turismo sénior na Região do Algarve.

Fase 2 – Trabalho de campo:

- c) Elaboração e aperfeiçoamento de modelo de entrevista.
- d) Selecção de uma amostra de seis hotéis.
- e) Entrevistas com responsáveis dos hotéis.

Fase 3 – Análise de conteúdo das entrevistas:

- f) Tabulação de resultados das entrevistas.



g) Resumo e análise dos resultados das entrevistas.

Fase 4 – Conclusão do estudo:

h) Síntese e discussão dos resultados.

i) Identificação de limitações da metodologia adoptada.

j) Definição de linhas de desenvolvimento futuro.

l) Revisão e edição do relatório final.

## 2. O turismo na Região do Algarve

### 2.1 Génese e desenvolvimento da actividade turística

Desde há muitos séculos que existem lugares de abrigo para os viajantes, permitindo-lhes descansar antes de continuarem as suas jornadas. Porém, o conceito de turismo como hoje o entendemos é recente e directamente relacionado com o trabalho, pois aparece para o contrapor.

O trabalho era considerado, tanto pelos gregos como pelos romanos como uma actividade degradante e aviltante, própria de escravos, mas com o decorrer do tempo e das circunstâncias históricas foi transformando-se no oposto. O trabalho passa a ser considerado como o pai de todas as virtudes e a ociosidade como a mãe de todos os vícios, a tal ponto que em todas as esferas sociais existe a obrigação moral de trabalhar ou de fazer algo útil (Cárdenas, 1995).

Esta mudança de pensamento iniciou-se com a industrialização. A maior concentração urbana e económica promoveu a produtividade no trabalho, e a revolução dos meios de transporte permitiu reduzir os tempos de viagem. Estas mudanças induzem um novo esquema de vida, onde o aproveitamento do tempo livre para repouso e lazer motiva uma explosão do turismo (Cárdenas, 1995). O descanso como direito laboral e as viagens como bem de consumo são contemporâneos.

O turismo num lugar ou região inicia-se em virtude das suas qualidades excepcionais. Primeiro, alguns poucos turistas, depois o fenómeno generaliza-se e podem mesmo afluir multidões num turismo designado de massas. Nestes casos o turismo floresce, mas este sucesso pode levar ao desvirtuar ou mesmo à destruição das qualidades excepcionais do lugar.

Actualmente, o turismo é uma das principais actividades económicas a nível mundial, tendo um grande peso no desempenho económico de alguns países. Estão associadas ao turismo outras actividades, como por exemplo a construção civil e obras públicas, a indústria agro-pecuária, os transportes e os serviços. Em complemento, o turismo permite promover actividades sociais e culturais, assim como as relações internacionais e o mercado externo.

Deste modo, pode-se afirmar que turismo significa *«lazer fora dos espaços do quotidiano, deslocação prolongada no tempo, mais de 24 horas, menos de um ano, e uma nova relação com outro lugar e outro tempo»* (Cavaco, 2009, p. 34).

Finalmente, o turismo, tal como a maioria das outras áreas de actividade, procura em momentos de crise ultrapassar as dificuldades quebrando as rotinas instituídas e procurando soluções inovadoras.

## 2.2 A Região do Algarve

O nome Algarve resulta do termo árabe *al-Gharb* que significa «o Ocidente» e designava a faixa ocidental que os muçulmanos possuíam na Península Ibérica. O Algarve português era uma parcela de uma entidade maior que incluía o *Garb al-Andalus* (Cuiça, 2007).

O Algarve forma um grande anfiteatro, com uma área aproximada de 5.500 quilómetros quadrados, debruçado a sul e a ocidente para o oceano Atlântico. É limitado a este pelo rio Guadiana que demarca a fronteira com a Andaluzia espanhola e a norte pelas serras de Monchique e do Caldeirão que o separam do Alentejo.

A localização geográfica do Algarve é privilegiada e confere-lhe particularidades bio-climáticas especiais, claramente diferenciadas das regiões contíguas. O clima é temperado de características mediterrânicas. A região recebe mais de 3.000 horas de sol por ano e apresenta uma fraca precipitação média anual (Pimentel, 2008).

No Algarve o relevo, a constituição geológica, o clima e a vegetação permitem definir três sub-regiões naturais de norte para sul; a Serra, o Barrocal e o Litoral (Figura 1). De oeste para este esta região pode ser dividida em duas: o Barlavento Algarvio, que compreende o território desde Sagres até Albufeira, e o Sotavento Algarvio, que vai desde Loulé até Vila Real de Santo António.



Figura 1 – Sub-regiões naturais do Algarve; Serra, Barrocal, e Litoral

(Fonte: CCDRALgarve, 2007, p. 116)

Estas divisões assumem características particulares (Cuiça, 2007):

- a) A serra algarvia é chuvosa e arborizada a oeste no maciço de Monchique e seca com solos esqueléticos na Serra do Caldeirão virada para Espanha.
- b) O Barrocal é constituído por colinas e vales intensamente agrícolas, onde se cultivam figueiras, amendoeiras, alfarrobeiras, oliveiras e legumes.
- c) O litoral beira-mar é uma faixa estreita em contacto com o oceano. No litoral barlavento predominam as arribas talhadas em rochas com numerosas praias de enseadas. O litoral sotavento é dominado pelas extensas e contínuas praias de areal com dunas frontais, formando duas penínsulas e cinco ilhas.

As condições climáticas associadas a este cenário variado constituem o grande atractivo turístico do Algarve.

### 2.3 A evolução do turismo na Região do Algarve

Durante as décadas de 60 e 70 do século XX, na sequência da tendência europeia de atracção pelo litoral mediterrânico, o Algarve é escolhido como uma região privilegiada de acolhimento nacional e as políticas incentivam o seu desenvolvimento. São planeados e licenciados os primeiros estabelecimentos turísticos e construído o Aeroporto Internacional de Faro (1965), a Ponte 25 de Abril (1966)<sup>1</sup> e o Campo de Golfe da Penina (1966).

Entre os anos 60 e 80 do século XX verifica-se uma intensa construção no litoral do Algarve, desde a praia da Luz até Vila Real de Santo António. Alguns desenvolvimentos são planificados (Vilamoura), mas muitos são pouco controlados (e.g., Armação de Pêra, Albufeira, Quarteira). Como resultado forma-se uma «aldeia contínua» do macroturismo litoral (Fernandes e Janeiro, 2005).

*«Uma "primeira idade" dos hotéis algarvios pode detectar-se nas unidades de pequena ou meia dimensão, encastrados em pleno meio urbano, por vezes até implantados próximos dos centros históricos respectivos – alterando-lhes a escala e a dimensão estética, e de algum modo introduzindo a modernidade, nos aspectos construtivos e formais»* (Fernandes e Janeiro, 2005, p. 111). Depois inicia-se o processo de apropriação da costa com grandes hotéis sobre as falésias e no areal à beira-mar. Surgem também os aldeamentos que têm a vantagem de ter uma escala «mais suave», mas o inconveniente de terem uma área de implantação mais extensa.

Em 1975 o VI Governo provisório declara o turismo como uma «*actividade privada e prioritária*» e inicia-se desde então um contínuo crescimento da actividade turística. A Região

---

<sup>1</sup> Embora situada na região de Lisboa, a construção da Ponte 25 de Abril é apontada com um factor que contribui para dinamizar o turismo na região do Algarve.

do Algarve passa a ocupar lugares cimeiros no ranking mundial dos principais destinos turísticos (Alexandre, 2001).

No plano «*Estratégia de desenvolvimento do Algarve 2007-2013*» (CCDRAlgarve, 2006) fica patente que o «*cluster*» Turismo/Lazer é, e continuará a ser, o principal dinamizador económico da região. Este «*cluster*» inclui o sector do turismo e outros que lhe estão associados ou que dele são dependentes. O mesmo plano refere que no Algarve está localizado 22% do parque de estabelecimentos turísticos de Portugal, o que corresponde a 38% da capacidade de alojamento instalada no país. A Região do Algarve atrai 22% dos turistas que procuram Portugal e em 2009, o Algarve recebeu 5,5 milhões de turistas nacionais e estrangeiros, o que correspondeu a 30 milhões de dormidas, incluindo os meios de alojamento classificados e os considerados «*segunda residência*» (AHETA, 2010, p. 19).

#### **2.4 A procura turística na Região do Algarve**

O Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) (Turismo de Portugal, 2007) define dez produtos turísticos para Portugal: 1) sol e mar; 2) *touring*, cultura e paisagístico; 3) *city break*; 4) turismo de negócios; 5) turismo de natureza; 6) turismo náutico; 7) saúde e bem-estar; 8) golfe; 9) *resorts* integrados e turismo residencial; e, 10) gastronomia e vinhos. Segundo o PENT, a Região do Algarve deve fomentar os produtos: sol e mar, turismo de negócios, turismo náutico, saúde e bem-estar, golfe, *resorts* integrados e turismo residencial.

É reconhecido que o principal atractivo turístico do Algarve é o sol e o mar. Porém, outros motivos de interesse turístico têm surgido, nomeadamente o golfe, o turismo náutico e o turismo residencial & *resorts* integrados. O turismo cultural, o turismo de natureza, o turismo gastronómico e vinhos e o turismo de saúde e bem-estar são opções para incentivar e consolidar no sector turístico do Algarve (Turismo de Portugal, 2007).

No Algarve existe um total de 588 estabelecimentos hoteleiros, registados na Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve (AHETA) (Quadro 1). Quanto à sua classificação, predominam os estabelecimentos de 3 estrelas (41%), seguidos dos estabelecimentos de 2 e 4 estrelas (24% cada). Os estabelecimentos de 5 estrelas ou com outra classificação são pouco significativos (11%). A capacidade total dos estabelecimentos turísticos do Algarve é de 120.786 camas. Se considerarmos as camas como indicador base da capacidade instalada, podemos dizer que os apartamentos turísticos representam 34%, os hotéis 27%, os hotéis apartamentos 18%, os aldeamentos 16% e os tipos restantes 4%.

Quadro 1 – Quantidade, tipologia e capacidade dos estabelecimentos turísticos do Algarve por classificação

(Fonte: AHETA 2010, p. 16)

	1		2		3		4		5		Total	
	Estab.	Camas	Estab.	Camas	Estab.	Camas	Estab.	Camas	Estab.	Camas	Estab.	Camas
Albergarias	1	72					9	390			10	462
Aldeamentos			6	2649	19	8.744	14	5.409	6	2.314	45	19.116
Apartamentos turísticos	2	140	69	12.570	104	22.823	24	5.800			199	41.333
Estalagens							11	600			11	600
Hotéis	33	534	12	1.335	39	7.027	47	16.703	15	6.966	146	32.565
Hotéis-apartamentos			2	1.102	32	8.232	32	12.317	1	256	67	21.907
Motéis			2	72	3	360					5	432
Pensões			52	1.678	42	1.910	7	513	1	30	102	4.131
Pousadas	3	240									3	240
Total	39	986	143	19.406	239	49.096	144	41.732	23	9.566	588	120.786

Com base no relatório da AHETA (2010), produzido com informação fornecida pelo Turismo de Portugal e pelo Instituto Nacional de Estatística, apresentam-se em seguida os principais indicadores da procura turística na Região do Algarve no ano de 2009:

- a) Desembarcaram no Aeroporto de Faro 2.493.278 passageiros; os meses com maior número de desembarques foram entre Março e Outubro, coincidindo com a época alta (Quadro 2).

Quadro 2 – Quantidade de passageiros desembarcados mensalmente no Aeroporto de Faro em 2009

(Fonte: ANA Aeroportos de Portugal 2009, p. 74)

	Movimentos			Passageiros		
	Aterragens	Descolagens	Total	Desembarcados	Embarcados	Total
Jan.	746	756	1.502	72.461	79.956	152.417
Fev.	732	736	1.468	89.344	79.250	168.594
Mar.	967	963	1.930	124.662	119.329	243.991
Abr.	1.626	1.617	3.243	211.303	200.306	411.609
Mai.	2.070	2.041	4.111	286.022	260.415	546.437
Jun.	2.081	2.080	4.161	296.280	288.559	584.839
Jul.	2.371	2.356	4.727	359.901	327.490	687.391
Ago.	2.417	2.441	4.858	343.597	375.440	719.037
Set.	2.086	2.100	4.186	300.496	323.593	624.089
Out.	1.880	1.912	3.792	238.294	280.882	519.176
Nov.	891	9.6	1.797	87.690	114.261	201.951
Dez.	776	777	1.553	83.228	70.448	153.676
Total	18.643	19.896	37.328	2.493.278	2.519.929	5.013.207

- b) Dos passageiros que desembarcaram no Aeroporto de Faro, o Reino Unido é o mercado emissor mais importante com 59%, sendo seguido pela Alemanha com 10,6%, pela Irlanda com 9% e pelos Países Baixos com 7,5%; as percentagens menores repartem-se entre Portugal, Espanha, Bélgica e a categoria «outros países» (Figura 2).

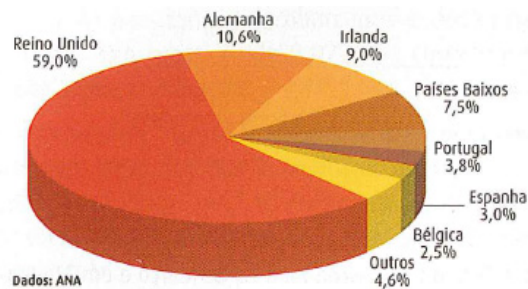


Figura 2 – Distribuição dos passageiros desembarcados no Aeroporto de Faro por origem do voo  
(Fonte: AHETA, 2010, p. 10)

- c) A taxa de ocupação média por quarto foi de 52,1% em 2009, o que representou uma descida de 11,9% relativamente ao ano anterior.
- d) A estadia média é de 5,3 dias por pessoa e varia segundo a proveniência: os canadianos têm a maior estadia média (11,7), seguindo-se os holandeses (10,5), os irlandeses (7,2), os alemães (7,1), os ingleses (7,0), os belgas (6,9), os franceses (4,1), os portugueses (4) e os espanhóis com apenas 3,1 dias por pessoa; observa-se que quanto maior é a distância percorrida para vir até Portugal, maior é a duração da estadia.
- e) A ocupação dos quartos é mais elevada nos hotéis de 3 estrelas (59,7%), seguida dos hotéis de 4 estrelas (54,1%); no entanto, a ocupação das camas é maior nos hotéis de 4 estrelas (46,4%), seguida dos hotéis de 5 estrelas (45,8%), seguida dos hotéis de 3 estrelas (35,9%) (Figura 3).

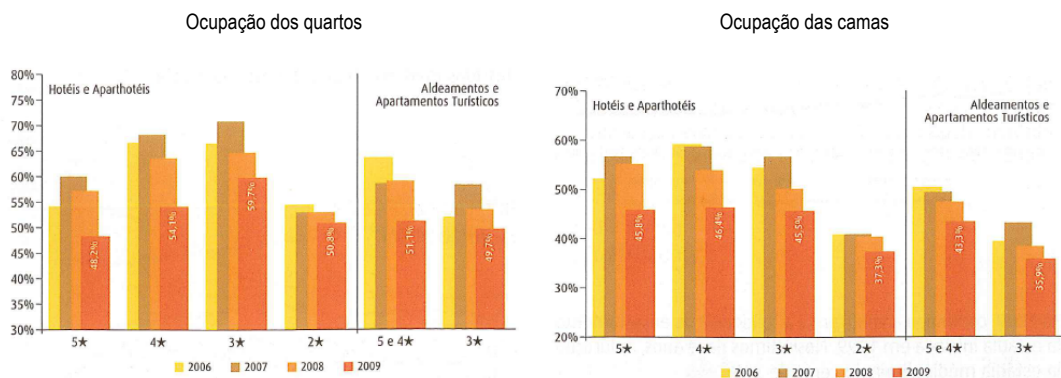


Figura 3 – Ocupação dos quartos e das camas segundo as categorias no ano 2009  
(Fonte: AHETA, 2010, p. 14)

- f) Os portugueses são os hóspedes mais numerosos dos estabelecimentos hoteleiros (38,2%), seguidos dos britânicos (24,9%) e dos espanhóis (9,4%); quanto ao número de dormidas, em primeiro lugar estão os britânicos (32,9%), seguidos dos portugueses (26,6%), holandeses (10,6%), alemães (8,7%) e os irlandeses (5,7%) (Figura 4).

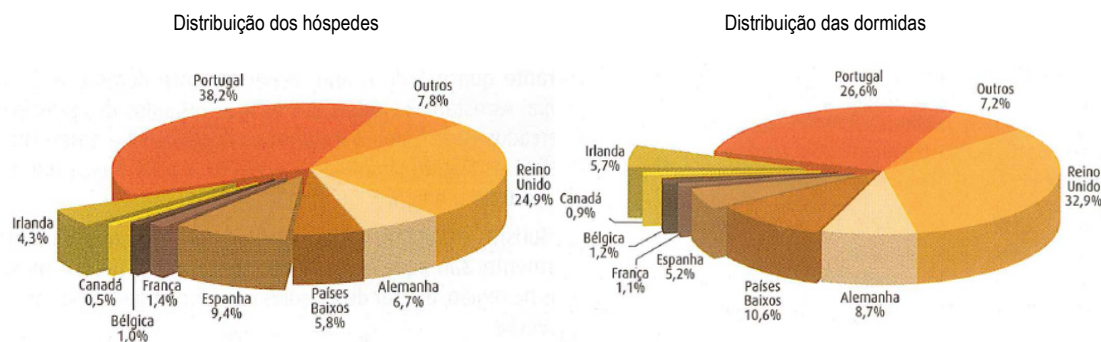


Figura 4 – Distribuição dos hóspedes e das dormidas segundo a procedência  
(Fonte: AHETA, 2010, p. 15)

g) Quanto à preferência do local de estadia em função da nacionalidade observa-se que: os hóspedes britânicos têm maior peso em localidades como o Carvoeiro, Armação de Pêra, Albufeira, Vilamoura e Quinta do Lago; os hóspedes alemães têm maior peso em Lagos e Sagres; os hóspedes portugueses lideram em Portimão, Praia da Rocha, Faro, Olhão e Tavira; e os hóspedes holandeses preferem Vila Real de Santo António e Monte Gordo (Quadro 3).

Quadro 3 – Distribuição em percentagem dos hóspedes nas cidades do Algarve segundo a procedência  
(Fonte: AHETA, 2010, p. 18)

	Reino Unido	Alemanha	Holanda	Espanha	Irlanda	Portugal
V. R. St.º António e Castro Marim	12,7	5,1	<b>23,8</b>	6,5	0,5	38,5
Tavira	6,8	7,8	6,1	17,3	1,7	50,1
Faro e Olhão	6,4	3,8	2,6	<b>10,8</b>	1,5	56,6
Loulé	<b>35,6</b>	3,3	1,8	4,6	4,6	41,5
Albufeira	<b>35,7</b>	5,6	6,1	9,4	3,9	30,7
Lagoa e Silves	<b>26,0</b>	10,4	6,1	8,9	2,7	36,2
Portimão e Monchique	<b>18,9</b>	9,4	5,3	9,2	5,5	43,4
Lagos-Sagres	<b>20,3</b>	12,0	2,4	9,0	3,6	35,4

h) Os destinos preferidos são localizados junto à costa; com excepção de Monchique, o Barrocal e a Serra Algarvia são pouco atraentes para os visitantes nacionais ou estrangeiros.

Observa-se que durante o ano 2009 se registou um decréscimo na indústria turística, acompanhando a situação de crise nacional e internacional.

## 2.5 O turismo de saúde e de bem-estar

As pessoas procuram no turismo de saúde e bem-estar um refúgio para recuperar do stress da vida contemporânea e soluções para atenuar as marcas deixadas pelo passar do tempo.



Em 2004, Portugal ocupava o 18.º lugar nos destinos de saúde e bem-estar (*Health & Wellness Tourism*) a nível mundial, com uma quota de 1,8%. A nível mundial, este produto turístico tem vindo a aumentar a um ritmo significativo, tendo crescido 50% apenas no período de 2000 e 2004. Segundo um estudo realizado pelo THR (2006a) para o Turismo de Portugal, os operadores turísticos e os gestores de estabelecimentos turísticos consideram que é possível este sector ter um crescimento anual entre 5% a 10%.

### **Termalismo**

O turismo de saúde e bem-estar tem as suas origens no termalismo. O homem conhece há mais de seis mil anos os benefícios que as águas proporcionam e diferentes autores reconhecem a existência de termas no Egipto há três ou quatro mil anos antes de Cristo, mas são os Etruscos que são considerados os pais do termalismo. Mais tarde, os Romanos na sua expansão através da Europa Ocidental promovem a construção e utilização das termas locais.

Lugares como Lisboa, Tróia, Conímbriga, Entre-os-Rios, Vizela, Taipas, Caldelas, São Pedro do Sul, Chaves, Canaveses e Gerês, entre outros em Portugal, tiveram termas romanas (Ramos, 2001).

Actualmente, é no norte do País que existe um maior número de instalações termais. No Algarve só existe um centro termal, localizado em Monchique (Termas de Portugal, 2007).

### ***Talassoterapia e spa***

Em meados do século XX os franceses propagam uma a prática terapêutica da talassoterapia. A «*talassoterapia*», do grego «*thalassso*» (mar) e «*therapia*» (cura), baseia-se na utilização dos elementos marinhos para o tratamento de problemas de saúde vários, de emagrecimento e de reequilíbrio emocional. Como a origem do termo indica, a talassoterapia utiliza a água do mar e o ambiente marinho (limos, algas, esponjas, corais e anémonas) para as diferentes terapias, pelo que os tratamentos são usualmente realizados perto do mar (Almeida et al., 2004).

O termo Spa deriva da expressão latina «*salus per aquam*», que traduzida à letra significa «*saúde pela água*». Este termo também é actualmente utilizado para designar um estabelecimento onde são realizados tratamentos de saúde e/ou beleza, que incluem alimentação natural, actividades físicas, massagens, banhos medicinais, sauna, entre outros, geralmente em contacto com a natureza.

No Algarve, os hotéis com talassoterapia ou Spa são poucos e recentes. Porém, a tendência é o aumento dos hotéis com estas valências. A generalidade dos novos hotéis de elevada qualidade integra instalações para tratamentos de beleza e bem-estar, procurando ir ao encontro da procura do turista estrangeiro.

## 2.6 O turismo de golfe

O campo de golfe Penina, construído em 1966, foi o primeiro situado no Algarve. Desde então o golfe no Algarve tem mantido um crescimento constante (Figura 5), existindo em 2009 um total de 35 campos. Existem 32 campos de 18 buracos, 1 de 27 buracos e 3 de 9 buracos, num total de 612 buracos (Figura 5). Mais de metade dos campos que existem em Portugal estão situados nesta região. O Algarve é reconhecido como um dos melhores destinos de golfe da Europa e alguns dos campos de golfe da região estão cotados entre os melhores a nível europeu e mundial. A comprovar este facto, o Algarve foi eleito por diversas vezes pela *International Association of Golf Tour Operators* como o «*melhor destino mundial de golfe*» (ERTA e ATA, S.D.).

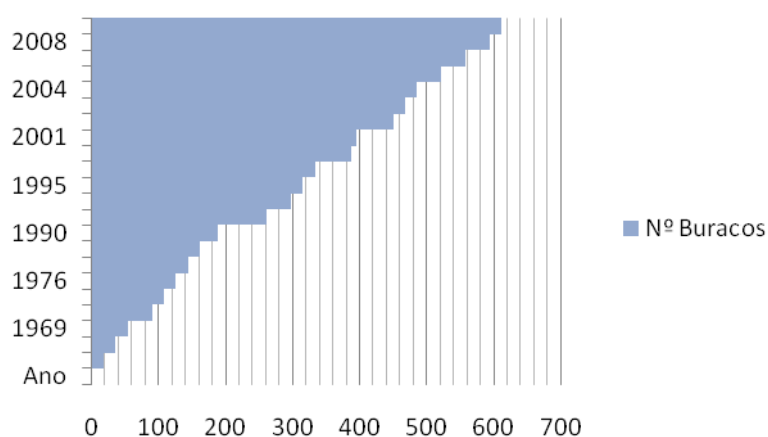


Figura 5 – Crescimento, em número de buracos, da oferta do Golfe no Algarve  
(Fonte: Elaboração própria, informação recolhida em [http://www.portugalvirtual.pt/\\_golf/algarve/ptindex.html](http://www.portugalvirtual.pt/_golf/algarve/ptindex.html))

Mais de metade dos turistas de golfe que procuram o Algarve são provenientes do Reino Unido. Os turistas de golfe provenientes da Alemanha, da Holanda e da Suécia surgem nos lugares seguintes embora com uma expressão reduzida comparativamente aos provenientes do Reino Unido (Figura 6 e Quadro 4) (FEUAlg, 2004).

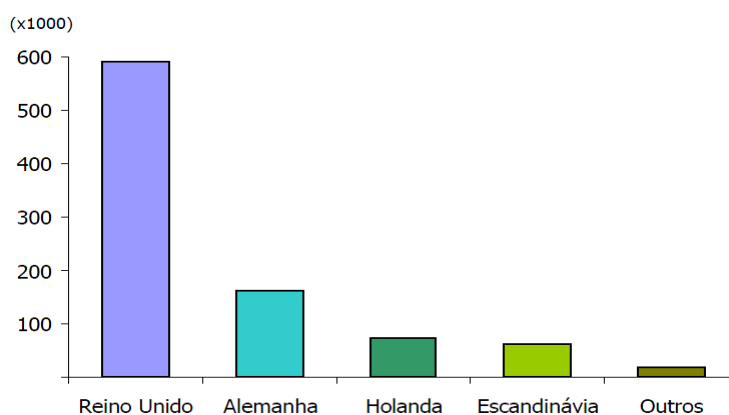


Figura 6 – Procura do Golfe por nacionalidades

(Fonte: Estudo sobre o golfe no Algarve, FEUAlg, 2004, p. 14).

O turista que pratica o golfe tem um perfil particular, cujas principais características são as seguintes (FEUAlg, 2004):

- a) maioritariamente masculino (77%) e com idade igual ou superior a 45 anos (62,9%);
- b) elevado nível de instrução e socioeconómico (59% com nível de ensino médio ou superior);
- c) hábitos de consumo (e.g., gastronomia, compras, saídas nocturnas);
- d) lazer e recreio no exterior (e.g., actividades ao ar livre, manter-se saudável, descansar e interagir com a natureza).

Os gastos de um turista que pratica golfe têm a seguinte proporção: alojamento 20%, refeições 18%, serviços de golfe 13%, compras e lazer 18%, voos 13%, aluguer de carro 8% e outros gastos 10%. Segundo os operadores turísticos o gasto diário por pessoa pode variar entre 100 € e 600 € (THR, 2006b).

Os turistas de golfe provenientes da Alemanha têm estadias mais prolongadas, sendo seguidos neste aspecto pelos turistas provenientes do Reino Unido e da Suécia. A duração da estadia também aumenta com o nível de instrução educação, a idade e o tipo de hotel onde ficam alojados (Barros *et al.*, 2010).

No Quadro 4 é apresentado o perfil geral do turista que pratica o golfe na Região do Algarve. No estudo da FEUAlg (2004) foram identificados três clusters que sugerem a existência de três segmentos de mercado:

- a) o turista de golfe (cluster 1), cujas preocupações se centram sobretudo nas condições do campo e do jogo;

- b) o turista familiar (cluster 2) que valoriza o alojamento, a gastronomia, a paisagem, o clima, o preço e as acessibilidades;
- c) o turista sol e mar (cluster 3) que se preocupa com a animação turística (eventos, animação e praias).

Quadro 4 – Perfil geral do turista no Algarve

(Fonte: Estudo sobre o golfe no Algarve, FEUAlg, 2004, p. 27)

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Total
Pais de residência				
- Reino Unido	65,5	57,9	81,8	65,3
- Irlanda	9,0	10,5	–	8,9
- Alemanha	7,4	7,9	–	7,3
- Holanda	4,8	10,5	–	5,1
- Escandinávia	6,1	5,3	9,1	6,1
- Portugal	1,1	–	–	1,0
- Outras	6,1	7,9	9,1	6,3
Idade				
- Média	46,96	56,72	58,4	52,42
- Desvio-padrão	13,06	10,22	9,85	10,93
Grupos etários				
- 14-29 anos	11,1			10,2
- 30-45 anos	28,4	8,3	10,0	26,8
- 46-61 anos	49,7	58,3	60,0	50,4
- ≥ 62 anos	10,7	33,3	30,0	12,5
Sexo				
- Feminino	22,5	31,6	18,2	23,0
- Masculino	77,5	68,4	81,8	77,0
Habilitações literárias				
- Básico	2,5	2,6	–	2,4
- Secundário	5,0	–	9,1	4,7
- Médio	17,7	18,4	–	17,5
- Superior	44,5	39,5	36,4	44,0
Classe social				
- Classe A <sup>(1)</sup>	32,6	34,2	36,4	32,8
- Classe B <sup>(2)</sup>	35,3	26,3	18,2	34,3
- Classe C <sup>(3)</sup>	32,0	39,5	45,5	32,8

<sup>(1)</sup> Classe alta

<sup>(2)</sup> Classe média alta

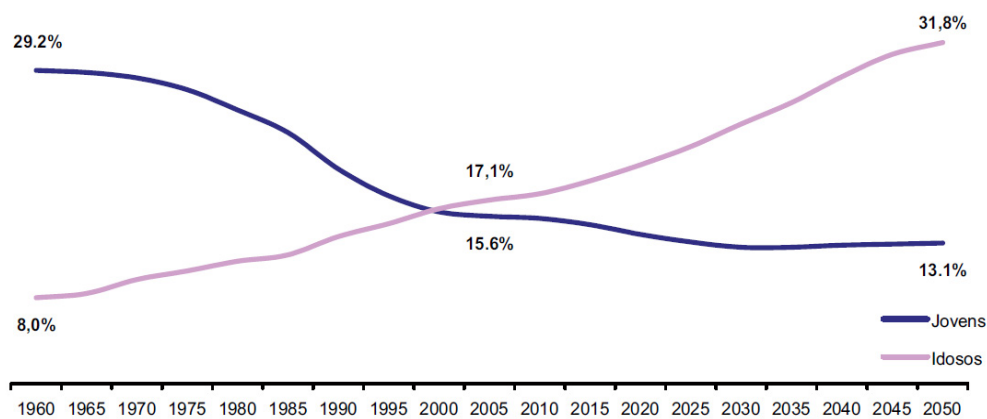
<sup>(3)</sup> Classe média

### 3. Os idosos e o turismo

#### 3.1 Envelhecimento da estrutura demográfica

Os avanços na medicina, a melhoria das condições socioeconómicas, a adopção de estilos de vida mais saudáveis e uma maior atenção dada à população idosa contribuíram para o prolongamento da esperança de vida. Em complemento, registou-se uma redução da fecundidade e uma fecundidade mais tardia. Com consequência, tem ocorrido um envelhecimento da estrutura demográfica (Coimbra e Brito, 1999).

Os dados estatísticos comprovam o envelhecimento da estrutura demográfica ocorrido em Portugal nas últimas décadas. Em 1960 as pessoas com mais de 65 anos representavam 5,7% do total da população, em 1960 esta proporção passou para 8,0% e em 2001 subiu para 16,4%. Em 41 anos a proporção de pessoas com mais de 65 anos duplicou e, de acordo com as estimativas, até 2050 a proporção voltará a duplicar, atingindo 31,8% do total da população. Em 2050 as pessoas com mais de 65 anos constituirão quase um 1/3 da população portuguesa. Actualmente, o número de idosos já é superior ao número de jovens (Figura 7).



Fonte: INE, cálculos das autoras a partir dos dados de base (Censos de População, Estimativas e Projeções de População Residente)

Figura 7 – Evolução da proporção da população jovem e idosa no total da população (%), Portugal, 1960-2050  
(Fonte: Gonçalves e Carrilho, 2007, p. 24)

O envelhecimento da estrutura demográfica de Portugal traduzir-se-á noutras alterações no período compreendido entre 2001 e 2050, designadamente (INE, 2004):

- a) a idade média da população aumentará de 37 anos para 49 anos;

b) a esperança de vida à nascença passará no género masculino de 72,9 para 79,0 e no género de feminino de 79,9 para 84,7 anos de idade.

Outra característica relevante apontada pelos estudos demográficos é a crescente feminização e a progressiva solidão e isolamento associados ao grupo dos mais idosos.

A alteração da estrutura demográfica de Portugal tem acompanhado a tendência da Europa. A proporção de pessoas com mais de 65 anos em Portugal é idêntica à da média da União Europeia (15) em 2002 (Figura 8).

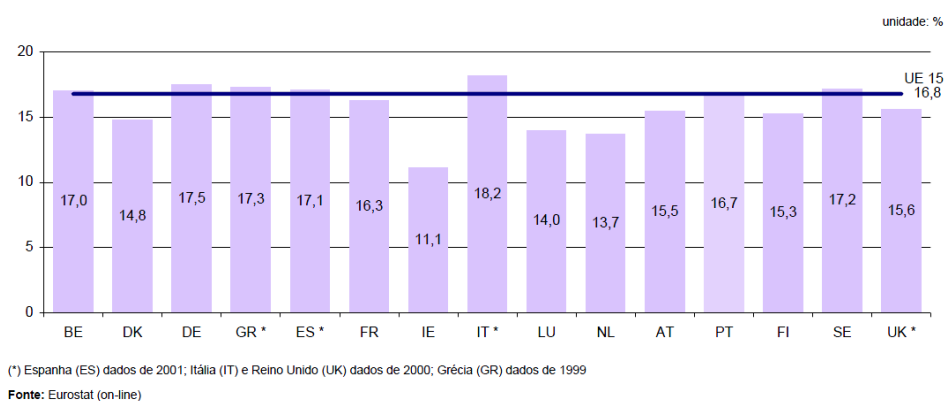


Figura 8 – Proporção da população idosa (65 ou mais anos). União Europeia (15) 2002  
(Fonte: Carrilho e Gonçalves, 2002, p. 178)

As estimativas realizadas pela Organização das Nações Unidas em 2006 indicam que em 2050 as pessoas com mais de 60 anos ascenderão a 2.000 milhões de indivíduos, representando mais do 20% da população mundial.

### 3.2 Disponibilidade de tempo dos idosos para o viajar

«O conceito "Qualidade de Vida" (...) faz parte da linguagem do homem comum, dos especialistas aos leigos, de gente culta à inculta. Mas a qualidade de vida não pode depender exclusivamente da saúde, ao entender o Homem como um ser bio-psico-social. Ela vai depender também de outros domínios extremamente importantes para além da saúde, como o trabalho, a família, e a ausência de dificuldades económicas entre outros» (José Luís Ribeiro, 1994 apud Coimbra e Brito 1999, p. 30-31).

Chegado o período da reforma o domínio do trabalho perde relevo, ganhando o lazer maior importância. Com a cessação ou diminuição dos compromissos profissionais, existe mais tempo livre para ocupar, pelo que cresce a necessidade de evasão a uma rotina diária pouco estimulante. O turismo constitui neste grupo da população uma actividade de lazer privilegiada

que permite fugir à monotonia da rotina diária. Além disso, em alguns estratos sociais, muitos idosos dispõem dos meios financeiros necessários para viajar por períodos prolongados, seja através de economias acumuladas durante toda uma vida de trabalho, seja através de apoios de instituições.

### **3.3 O envelhecimento e a capacidade funcional**

Nas áreas científicas da saúde e desporto, da sociologia e da antropologia encontramos estudos sobre as incapacidades de desempenho motivadas pelo envelhecimento. Existe também uma intensa actividade científica para *«descobrir as virtudes da velhice, prolongar a juventude e envelhecer com boa qualidade de vida individual e social»* (Andreotti e Okuma, 1999, p. 47).

Spirduso (1995), citado por Andreotti e Okuma (1999), apresenta uma categorização dos diferentes níveis de capacidades funcionais dos idosos: os fisicamente dependentes, os fisicamente frágeis, os fisicamente independentes, os fisicamente activos e os atletas. Baseados em testes, estes autores concluem que é possível aos idosos realizar as Actividades da Vida Diária (AVD) de forma sensivelmente normal e retardar a chegada da fase de dependência.

Muitas das AVD podem tornar-se difíceis com o envelhecimento, por exemplo: agachar-se, levantar-se do chão, vestir-se ou calçar os sapatos, subir escadas, cozinhar, entrar e sair de um autocarro, caminhar sem descansar, sentar-se e levantar-se de uma cadeira, lavar louça ou roupa, fazer a cama, varrer a casa ou realizar actividades manuais de precisão. Contudo, importa ter presente que apesar de alguns idosos *«apresentarem diminuição de desempenho na realização de actividades motoras do quotidiano, no que se refere a velocidade de execução da tarefa, ao padrão motor e à frequência com que são realizadas, ainda apresentam independência para execução das AVD em geral»* (Spirduso, 1995 *apud* Andreotti e Okuma, 1999, p. 48)

Se conhecermos as dificuldades de realização das actividades da vida diária associadas ao envelhecimento, é possível adequar os espaços e equipamentos existentes às capacidades das pessoas idosas.

As necessidades espaciais podem ser classificadas em: físicas, sociais e de informação (Hunt, 1991 *apud* Ely e Dorneles, 2006). As necessidades físicas são relativas à saúde física, segurança e conforto. A capacidade de obter informação do ambiente é influenciada pela legibilidade dos espaços e pela acuidade dos sentidos. Finalmente, as necessidades sociais estão relacionadas com o sentimento de controlo, com a privacidade e com a interacção social com a comunidade e a vizinhança.

### 3.4 Conceito de turista sénior

O mercado turístico pode ser classificado nos seguintes segmentos geracionais (SaeR *apud* Cavaco, 2009):

- a) Jovens dependentes (idade até os 14 anos);
- b) *Singles* ou jovens independentes (entre os 14 e os 24 anos);
- c) *DINKS – Double Income no Kids* (casais entre os 25 e os 45 anos, com duplo rendimento e sem filhos);
- d) Famílias com filhos (casal com idade entre os 35 e os 54 anos com filhos);
- e) *Empty Nester* (famílias entre os 45 e os 64 anos em que os filhos já não estão em casa);
- f) *YAS – Young Active Seniors* (adultos com idades entre os 55 e os 64 anos saudáveis e activos);
- g) Seniores com mais de 64 anos.

O turismo sénior é um conceito associado à alteração socioeconómica marcada pelo início da etapa pós-adulta e pós-activa (laboral). A idade é um indicador útil mas complementar. De acordo com a segmentação acima apresentada, podemos incluir no turismo sénior as categorias de *Young Active Seniors* (55 a 64 anos) e de Seniores com mais de 64 anos.

Reconhece-se que o grupo de indivíduos com mais de 55 anos é heterogéneo: até aos 65 anos os indivíduos mantêm-se geralmente saudáveis e activos, entre os 65 anos e os 75 anos começam a surgir as primeiras limitações associadas à idade, e depois dos 75 anos de idade essas limitações acentuam-se.

Neste estudo adoptou-se a idade de 55 anos para definir o turismo sénior, por este limiar ser utilizado no sector turístico. Algumas brochuras de promoção turística indicam explicitamente o limiar dos 55 anos (Figura 9).





Figura 9 – Capa da brochura de publicidade para turistas maiores de 55 anos  
(Fonte: Brochura, 6.º edición, Viajes El Corte Inglés, 2010)

### 3.5 O turismo sénior nacional

No quadro do turismo sénior nacional, o hábito de viajar é inversamente proporcional à idade, à perda de autonomia e de funcionalidade ou a alguma incapacidade. De entre os turistas seniores em Portugal, 41,3% tem idades compreendidas entre os 55 anos e os 64 anos, 20,7% entre os 75 anos e 84 anos e apenas 1,3% da população idosa que viaja tem 85 ou mais anos (CEDRU e BCG, 2008).

Também existe uma correlação entre o hábito de viajar e o nível de instrução, sendo o hábito de viajar maior nos indivíduos com maior grau de instrução. A população sénior tem uma maior disponibilidade para viajar em casal do que individualmente e os indivíduos que moram em áreas predominantemente urbanas estão habituados a viajar, sendo que 50% deles viajam com regularidade (CEDRU e BCG, 2008).

Cerca de 75% da população sénior nacional viaja só para destinos nacionais, 17% afirma viajar tanto para destinos nacionais como para o estrangeiro e apenas 8% da população sénior assume viajar só para o estrangeiro e (CEDRU e BCG, 2008).

Quanto aos recursos económicos, o turismo sénior pode ser dividido em dois tipos: o de carácter social e o particular.

O turismo sénior social implica a existência de um apoio institucional (e.g., Câmaras Municipais, Juntas de Freguesia ou outros). O INATEL destaca-se na promoção e suporte a este tipo de turismo. Fundado em 1935, o INATEL é uma fundação prestadora de serviços sociais que inclui, entre outras, as áreas do turismo social e sénior e do termalismo social e sénior. O INATEL está presente em todo o Continente e nas Regiões Autónomas possuindo uma rede de hotelaria social com 16 unidades hoteleiras, 3 parques de campismo, 2 casas de turismo rural e dois balneários termais. No total o INATEL tem uma oferta global de 4.200 camas.

O turismo sénior particular não conta com apoios institucionais. Neste tipo de turismo, os hóspedes podem ficar alojados em qualquer estabelecimento turístico. Não foram identificados estabelecimentos turísticos destinados exclusivamente a pessoas idosas. Os estabelecimentos turísticos são concebidos para albergar hóspedes de todas as idades, mas alguns estabelecimentos turísticos apresentam características ou serviços que os tornam mais atractivos para hóspedes seniores.

### 3.6 O turismo sénior no Algarve

Os turistas seniores que procuram o Algarve constituem um conjunto heterogéneo que pode ser dividido em 4 grupos com as características indicadas em seguida (Ferreira, 2006):

- a) «*Jovem*» turista sénior – Idade média abaixo da média do conjunto, variando entre os 55 a os 64 anos; predominantemente feminino; maioritariamente casado; com instrução mais qualificada; nível de rendimento heterogéneo.
- b) Turista sénior estereótipo – Idade média mais elevada; equilíbrio de género; predominantemente britânico; maioritariamente casado; com instrução menos qualificada; reformado e sem actividade.
- c) Turista sénior *endinheirado de meia estação* («*Geração limbo*») – Idade média superior à média do conjunto; predominantemente masculino; maioritariamente casado; mercados com presença marcada de canadianos e holandeses, mas com predomínio de alemães e ingleses; com predomínio da instrução média; máxima representação de reformados; nível de rendimento mais elevado.
- d) «*Jovem*» sénior veraneante – Idade média mais baixa; equilíbrio entre homens e mulheres; máxima expressão do mercado britânico; casado; nível de instrução mediano; indivíduo ainda laboralmente activo; *cluster* com rendimentos menos elevados.

Os turistas seniores ficam maioritariamente alojados em hotéis (3, 4 ou 5 estrelas), hotéis/apartamentos (4 ou 5 estrelas), ou apartamentos/aldeamentos turísticos (primeira ou segunda categoria). Na temporada baixa, os turistas seniores são os ocupantes maioritários dos estabelecimentos turísticos no Algarve (Figura 10) (Ferreira, 2006). A ocupação por turistas

seniores no total da ocupação dos hotéis atinge uma percentagem acima dos 50% em metade do ano: Novembro (74%), Dezembro (84%), Janeiro (85%), Fevereiro (83%), Março (75%) e Abril (53%).

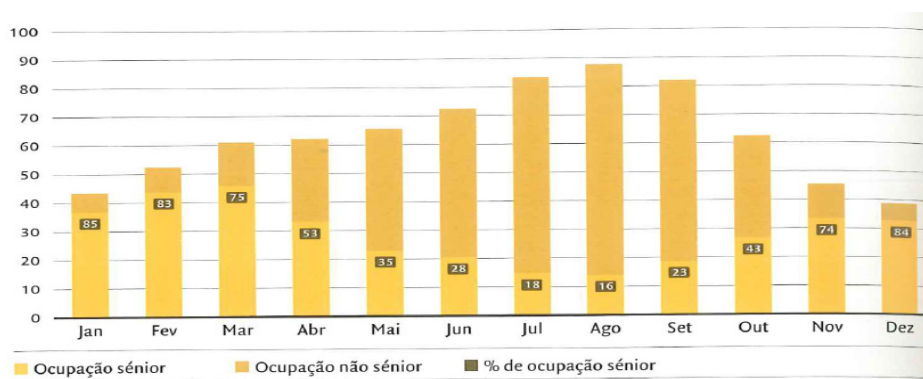


Figura 10 – Percentagem de ocupação por turistas seniores no total da ocupação das unidades de alojamento

(Fonte: Ferreira, 2006, p. 288)

Em 2000, os cidadãos com idade igual ou superior a 55 anos representavam 27,3% da população geral, e constituíam 30% dos turistas a nível da Europa (Ferreira, 2006). Atendendo à tendência de envelhecimento da estrutura demográfica da sociedade ocidental, afigura-se que o turismo sénior é um segmento com tendência a aumentar a sua representatividade no mercado do turismo.

## 4. O uso dos hotéis por hóspedes seniores

### 4.1 Trabalho de terreno e instrumentos

De forma a caracterizar o uso dos hotéis por hóspedes seniores foram realizadas seis entrevistas a responsáveis de hotéis situados na Região do Algarve. Os entrevistados foram os directores dos hotéis, directores de vendas ou responsáveis dos diferentes hotéis. As entrevistas tiveram lugar em Maio e Junho de 2010.

Os hotéis foram indicados pelo gestor da Associação Turismo do Algarve (ATA) responsável pela áreas de *saúde e bem-estar e desportos*. Foram seleccionados hotéis de 4 ou 5 estrelas, três deles com predominância para o turismo de «saúde e bem-estar» e outros três orientados para o turismo de «golfe». Os hotéis seleccionados distribuem-se pelas várias zonas da Região do Algarve.

Os hotéis seleccionados foram contactados telefonicamente para combinar a data e hora da entrevista. Todas as entrevistas foram realizadas no próprio hotel, geralmente nos espaços comuns (*lobby* ou terraços), e tiveram uma duração entre 40 e 60 minutos. Algumas entrevistas foram complementadas com uma visita guiada às áreas comuns, mas só num dos hotéis se visitaram também os quartos. Para permitir maior interacção as entrevistas foram gravadas com prévia autorização do entrevistado, e depois analisadas para preencher o questionário correspondente.

De modo a orientar a entrevista, foi elaborado um questionário (em Anexo), cuja estrutura e conteúdo inicial foram definidos de forma empírica. Após a elaboração da primeira versão, o questionário foi progressivamente aperfeiçoado com base na experiência adquirida em três entrevistas piloto com directores de hotéis que não pertenceram à amostra final de seis casos. As entrevistas piloto foram um contributo importante para que o questionário tivesse uma estrutura e nomenclatura adequadas aos interlocutores e também ajudaram a conhecer as características gerais do turismo sénior.

O questionário final contém 52 perguntas organizadas nos seis blocos seguintes:

- a) Características do hotel;
- b) Características dos hóspedes seniores;
- c) Características dos quartos;
- d) Características das refeições;
- e) Características dos serviços e actividades;
- f) Ambiente, segurança e acessibilidade.

A análise das respostas dos entrevistados é apresentada em seguida de acordo com a estrutura acima referida. Para assegurar a confidencialidade, os hotéis e os entrevistados não são identificados neste relatório.

#### 4.2 Características dos hotéis

O bloco A do questionário destina-se a recolher informação que permita conhecer as características dos hotéis, tais como: localização geográfica, tipo de hotel, classificação, número de anos de funcionamento e lotação (Quadro 5).

Verificou-se que os seis hotéis da amostra:

- a) cobrem as várias zonas da Região do Algarve e são classificados com quatro ou cinco estrelas;
- b) têm idade heterogénea, variando entre 44 anos e poucos meses; não foi questionado se o hotel foi objecto de obras de alteração que tenham modificado as suas características iniciais;
- c) cobrem os três produtos turísticos procurados por turistas seniores: «sol e mar» (5), «saúde e bem-estar» (3) e «golfe» (3);
- d) têm uma lotação que varia entre 248 e 688 camas.

Quadro 5 – Características dos hotéis

	Entrevistas					
	1	2	3	4	5	6
1 Localização do hotel	Albufeira	Vale de Lobo	Porches	Vila Nova de Cacela	Vilamoura	Monchique
2 Tipo de hotel	Hotel	Hotel – Resort	Hotel – Resort	Hotel	Hotel	Hotel – Resort
3 Classificação	5*	5*	5*	4*	4*	5*
4 Idade do hotel	6 anos	42 anos	44 anos	2 anos	15 anos	3 meses ( <i>soft open</i> )
5 Tipo de produto para que está vocacionado	Sol e mar, saúde e bem-estar.	Sol e mar, golfe.	Sol e mar, saúde e bem-estar.	Sol e mar, golfe.	Sol e mar, golfe.	Saúde e bem-estar.
6a Lotação do hotel e tipologias dos alojamentos	189 quartos e 155 suites.	154 quartos e suites.	124 quartos e suites.	285 quartos e suites.	243 quartos e suites.	195 suites.
6b Número de camas	688	295	248	570	486	390

#### 4.3 Ocupação e estadia

O bloco B do questionário destina-se a recolher informação que permita conhecer o tipo de ocupação e a duração da estadia nos hotéis. Centrando-se apenas nos hóspedes seniores, as questões colocadas abordam a taxa de ocupação, a origem dos hóspedes e a duração média da

sua estadia, os meses de maior ocupação, se viajam individualmente ou em grupos, a fidelidade ao hotel e o tipo de divulgação adoptado pelo hotel (Quadro 6).

A maioria dos hotéis analisados regista dados sobre a ocupação e estadia dos hóspedes para fins estatísticos. Embora seja registada a faixa etária dos hóspedes (e.g., data de nascimento), eles não são «*catalogados*» segundo este critério, sendo os hóspedes seniores tratados de forma indistinta dos restantes. As respostas dos entrevistados sobre o uso dos hotéis por hóspedes seniores não foram baseadas em dados quantitativos, mas na sua observação e experiência pessoal.

Os principais resultados sobre a ocupação e estadia de hóspedes seniores nos hotéis são os seguintes:

- a) Os entrevistados estabelecem o limiar a partir do qual um hóspede é considerado sénior entre os 55 e os 60 anos, mas a maioria dos entrevistados afirma não fazer distinção na forma como são tratados os hóspedes em virtude da sua idade.
- b) A proveniência dos hóspedes seniores é sobretudo o Reino Unido, a Alemanha, a Irlanda, a Holanda, a Espanha, o Canadá e a Suécia. Estes países vão ao encontro dos dados apresentados na Figura 4. Também se pode observar que a distribuição dos hóspedes seniores pelas diferentes zonas do Algarve segundo a sua procedência está de acordo com os dados apresentados na Figura 5.
- c) A estadia média dos hóspedes seniores oscila entre 7 e 15 dias, sendo portanto superior à média da região de 5,3 dias (AHETA, 2010). Os hóspedes seniores jogadores de golfe podem ter estadias médias mais curtas de (3 a 4 dias), mas, em contrapartida, alguns hóspedes seniores têm estadias que vão até aos 21 ou 30 dias de permanência. Os entrevistados confirmaram a regra de que quanto maior é a distância percorrida para vir até Portugal, maior é a duração da estadia (AHETA, 2010).
- d) Embora a maior ocupação dos hotéis se registre durante o Verão, é nos períodos de meia estação (também designadas de épocas dos «*equinócios*») que se verifica a maior ocupação por hóspedes seniores.
- e) A maioria dos hóspedes seniores viaja acompanhado. A situação mais frequente é os hóspedes seniores viajarem em casal, sendo a segunda situação mais frequente viajarem em grupos.
- f) A fidelização dos hóspedes seniores aos hotéis é alta. Alguns hóspedes seniores repetem a sua visita desde há mais de 20 anos e alguns deles chegam mesmo a solicitar o mesmo quarto ano após ano. Quando a fidelização é muito alta, alguns hóspedes seniores podem ter estadias muito prolongadas (e.g., até 70 noites).

Quadro 6 – Ocupação e estadia de hóspedes seniores

		Entrevistas					
		1	2	3	4	5	6
9	Guardam registo da faixa etária dos hóspedes?	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
10	A partir de que idade consideram as pessoas como HS?	Idade igual ou superior a 55 anos.	Não fazem distinção.	Não fazem distinção.	Idade igual ou superior a 60 anos.	Não fazem distinção. Um hóspede é considerado sénior se tiver idade igual ou superior a 60 anos.	Não fazem distinção.
11	Qual a percentagem de ocupação por HS?	Informação não disponível.	Não é relevante.	A maioria dos clientes tem idade igual ou superior a 45 anos.	45%	20%	Informação não disponível.
12	Como são usualmente feitas as reservas para os HS?	Operadores.	Operadores.	Operadores, telefone, balcão e Internet.	Operadores.	Operadores.	Operadores.
13a	Qual(is) os países de origem dos HS?	65% Portugal 3% Espanha 4% Alemanha 2% Inglaterra 26% Outros	68% Inglaterra 14% Alemanha 6% Irlanda 5% Portugal 3% Holanda 2% Suécia 1% Espanha 1% França	20% Portugal 18% Alemanha 62% Outros (Holanda, Suécia e França)	70% Alemanha 10% Inglaterra 5% Portugal 15% Outros (Espanha e Suécia)	75% Inglaterra 10% Irlanda 10% Portugal 5% Espanha	70% Alemanha 10% Inglaterra 5% Portugal 15% Outros (Espanha e Suécia)
13b	Qual a duração da estadia média dos HS?	Informação não disponível.	Golfistas: 4 a 5 dias. Lazer: 7 a 14 dias. Clientes antigos: 15 a 30 dias.	5 a 8 dias.	7 a 10 dias.	7 a 15 dias.	Programas: 3 a 5 dias, 7 noites, 30 dias.
14	Quais os meses de maior ocupação por HS?	Portugueses: Mar.-Set. Estrangeiros: Out.-Abr.	Portugueses: Mar.-Set. Estrangeiros: Out.-Abr.	Hospedes não Seniores: Mai-Set. Hóspedes Seniores: Out.-Abr.	Famílias: Mai-Set. Hóspedes Seniores: Out.-Abr.	Portugueses: Jul.- Set. Estrangeiros: Set-Jun.	Famílias: Mai- Set. Hóspedes Seniores: Out.-Abr.
15	Como viajam mais frequentemente os HS?	Casal.	Casal e grupos.	Casal.	Casal e grupos de casais.	Casal.	Casal.
16	Quais as actividades específicas procuradas por HS?	Sobretudo «sol e mar» e «talassoterapia» com menor expressão.	Sobretudo «sol e mar» no verão e «golfe» com menor expressão e sobretudo nos meses de Outubro a Abril.	Sobretudo «sol e mar» e «talassoterapia» com menor expressão.	Sobretudo «sol e mar» no verão e em família. «Golfe».	Sobretudo «sol e mar» no verão e em família. «Golfe e bowling de relva».	«Tratamentos de saúde».
17	Qual o grau de fidelização dos HS?	Informação não disponível.	Informação não disponível.	Muito alta. Alguns hóspedes pedem até o mesmo quarto.	Muito alta por fidelidade ao operador.	40% nos hóspedes portugueses e 20% nos hóspedes estrangeiros.	Informação não disponível.
18	Qual é o tipo de divulgação que faz do empreendimento?	Internet, Associação Turismo do Algarve e jornalistas convidados.	Internet e própria.	Internet e brochuras.	Internet, revistas e operadores.	Internet, operadores e departamento de marketing.	Internet e operadores.

- g) A divulgação dos hotéis é normalmente realizada por operadores turísticos e através da Internet.

#### **4.4 Utilização dos quartos**

O bloco C do questionário destina-se a recolher informação sobre a utilização dos quartos pelos hóspedes seniores. As questões abordam a existência de quartos específicos, a localização dos quartos preferidos, a dimensão dos quartos e dos espaços privados e o tipo de camas preferidas (Quadro 7).

Os principais resultados sobre a utilização dos quartos por hóspedes seniores são os seguintes:

- a) Não existem quartos específicos para hóspedes seniores. À excepção de um hotel, em todos eles existem quartos adaptados a pessoas com mobilidade condicionada. Num dos hotéis existiam dois quartos adaptados, noutra hotel existia um quarto adaptado em cada piso. As principais diferenças entre os quartos comuns e os quartos adaptados são as dimensões e os equipamentos das instalações sanitárias.
- b) Segundo os entrevistados, a existência de barras de apoio nas instalações sanitárias é desejável para hóspedes seniores. As instalações sanitárias de alguns hotéis já estão equipadas com barra de apoio, e em outros hotéis os entrevistados ponderam a sua colocação no futuro próximo.
- c) Na maioria dos casos, as camas preferidas pelos hóspedes seniores são individuais, podendo ser juntas caso seja solicitado. Apesar de existirem quartos ligados por porta em todos os hotéis, apenas num deles foi referido que alguns hóspedes seniores solicitaram este tipo de quartos; estes hóspedes eram de nacionalidade alemã e a razão avançada pelo entrevistado para este tipo de quartos ser preferido por alguns hóspedes seniores foi proporcionarem maior sossego aos cônjuges durante a noite.
- d) Segundo os entrevistados os quartos têm-se mostrado sempre adequados às necessidades dos hóspedes seniores, não existindo portanto queixas ou reparos.
- e) Os hóspedes seniores preferem quartos em pisos inferiores por estarem mais perto das actividades e dos serviços centrais dos hotéis. Mas, caso os hotéis proporcionem vistas panorâmicas sobre enquadramentos paisagísticos, os hóspedes seniores preferem quartos que usufruam dessas vistas mesmo que situados em pisos mais elevados. Quando o hotel está organizado em vários blocos, os hóspedes seniores preferem quartos situados no bloco central.



Quadro 7 – Utilização dos quartos por hóspedes seniores

		Entrevistas					
		1	2	3	4	5	6
19	Existem quartos para HS?	Não.	Não.	Não.	Não.	Não.	Não.
20	Existem quartos para pessoas com mobilidade condicionada?	1	0	2 (estão a ser feitos)	1	1	1 em cada piso
21	Foi feita alguma coisa para adequar os quartos às necessidades dos HS?	Colocar chaleira para chá e máquina de café.	Alargar algumas portas de zonas comuns e de entrada aos quartos.	Não.	Instalar banheira para poderem escolher.	Colocar chaleira para chá e máquina de café.	Os quartos não têm móveis a interferir com os percursos pedonais.
22a	Qual a preferência dos HS na escolha dos quartos (em casal)?	Camas individuais.	Camas individuais.	Casal (alemães).	Camas individuais. Alguns quartos individuais com ligação de portas.	Camas individuais.	Camas individuais.
22b	Qual a preferências dos HS na escolha dos quartos (em grupo)?	Camas individuais	Duas camas individuais	Não respondeu.	Camas individuais	Camas individuais	Camas individuais
23	Existem comentários positivos ou queixas dos HS relativas aos quartos?	Não há queixas.	Não há queixas.	Não gostam de TV à frente da cama porque tapa a vista. Os clientes antigos não gostam da nova decoração minimalista.	São modernos, funcionais, sem grandes luxos e espaçosos. Existe orientação para que os clientes não fiquem nos quartos.	Não há queixas.	Para além do mobiliário não interferir na deslocação dentro do quarto as tomadas estão altas para evitar que os hóspedes tenham de se agachar
24	As áreas dos quartos são adequadas a HS?	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.
25	Qual a preferência dos HS na escolha dos pisos?	Pisos baixos.	Não há preferências.	Não há preferências.	Preferem o primeiro piso. Só preferem o R/C quando têm limitações de mobilidade.	Pisos elevados e varandas com sol.	Pisos elevados para desfrutar da vista.
26	Qual a preferência dos HS na escolha do bloco?	Bloco central.	Bloco central.	Não existe bloco central.	Não existe bloco central.	Bloco central.	Bloco central.

#### 4.5 Realização de refeições

O bloco D do questionário destina-se a recolher informação sobre a realização de refeições pelos hóspedes seniores. As questões colocadas abordam o local onde as refeições têm lugar, a percentagem de refeições realizadas no hotel e o tipo de menu ou comida preferida (Quadro 8).

Os principais resultados sobre as refeições dos hóspedes seniores nos hotéis são os seguintes:

- a) A maioria das refeições é realizada no hotel. O pequeno-almoço tem sempre lugar no hotel pois está incluído na diária usualmente praticada em Portugal, designada APA (Alojamento e Pequeno-Almoço). Uma elevada percentagem dos hóspedes seniores

prefere a diária de meia pensão, sendo o jantar a refeição adicional. Comer fora dos hotéis é encarado como uma actividade adicional do plano de férias e não como uma prática quotidiana.

- b) Em todos os hotéis o serviço de refeições é do tipo buffet (i.e., self-service). Apenas num dos hotéis as refeições são do tipo «gourmet» servidas à mesa e personalizadas, em virtude do enquadramento conceptual particular deste hotel. Num dos hotéis, os hóspedes podem escolher, mediante um pagamento adicional, comer numa sala de refeições destacada, escolher a refeição de entre uma ementa e ser servidos à mesa.

Quadro 8 – Refeições de hóspedes seniores

		Entrevistas					
		1	2	3	4	5	6
27	Onde são realizadas mais frequentemente as refeições dos HS?	No hotel.	No hotel. Saem muito.	No hotel. Saem pouco.	No hotel. Saem pouco.	No hotel.	No hotel. Saem pouco.
28	Qual a percentagem de refeições tomadas no empreendimento?	Percentagem elevada. HS têm diária de meia pensão.	Percentagem elevada. HS têm diária tipo APA.	Percentagem elevada. HS têm diária tipo APA e meia pensão.	Percentagem elevada. HS têm pensão completa.	Percentagem elevada. HS têm diária tipo APA e meia pensão.	Percentagem elevada. HS têm pensão completa.
29	Qual é o tipo do serviço mais utilizado pelos HS?	Self-service.	Self-service.	Self-service ao pequeno-almoço e na mesa ao jantar.	Self-service ao pequeno-almoço e na mesa ao jantar.	Self-service ao pequeno-almoço e na mesa ao jantar.	Serviço na mesa.
30	Qual é a preferência no tipo de menu ou comida dos HS?	Portuguesa e internacional.	Portuguesa.	Portuguesa.	Portuguesa, internacional e temática.	Internacional e temática três noites/semana.	Restaurante <i>Gourmet</i> .
31	Os HS solicitam algum menu especial?	Só quando requerido pelo médico.	Não.	Existe menu dieta como alternativa para os HS.	Só quando tem problema de saúde.	Os menus temáticos (e.g., Algarve, Alentejo, Italiano, Tropical).	Comida dieta equilibrada.
32	Que refeições tomam com maior frequência para além do pequeno-almoço?	Jantar.	Jantar. O almoço tem lugar no clube de golfe.	Jantar.	Jantar.	Jantar.	5 refeições (pequeno almoço, reforço, almoço, lanche e jantar).
33	As áreas para refeições são suficientes?	Sim. Tudo bem.	Não. Quando são grupos numerosos alugam auditório da urbanização.	Sim. Tudo bem.	Sim. Tudo bem.	Sim. Tudo bem.	Sim. Tudo bem.
34	Se pudesse o que alterava na zona refeições para melhor a adequar aos HS?	Nada. Tudo bem.	A capacidade do restaurante. Actualmente dá para 120 pessoas.	Nada. Tudo bem.	Nada. Tudo bem.	Nada. Tudo bem.	Nada. Tudo bem.

- c) A escolha predominante dos hóspedes seniores é a comida portuguesa ou internacional. Alguns hotéis integram as refeições com outras actividades de animação durante a estadia (e.g., usando como tema regiões ou países). Os alimentos grelhados formam a base das refeições.
- d) Em alguns hotéis mais antigos a área das salas de refeições foi considerada pelos entrevistados como insuficiente em momentos de maior ocupação; apenas num dos hotéis recentes foi também identificado este problema, o qual se estendeu à área da cozinha.

#### **4.6 Características dos serviços e actividades**

O bloco E do questionário destina-se a recolher informação sobre os serviços e actividades utilizados pelos hóspedes seniores no hotel e fora dele (Quadro 9). Os principais resultados são os seguintes:

- a) A actividade predominante dos hóspedes seniores é a praia, à excepção de um hotel localizado na serra algarvia e, portanto, longe da praia. Como seria de esperar face aos critérios de selecção da amostra de hotéis, as outras actividades predominantes são o golfe e as actividades ligadas à saúde e bem-estar.
- b) Os espaços do hotel mais apreciados pelos hóspedes seniores são: a piscina exterior (que em alguns casos é aquecida), a piscina interior (caso exista e apenas no Inverno), o bar, as lojas, o ginásio, as salas de jogo, e as salas de leitura e de convívio recatadas. Nem todos estes espaços existem em todos os hotéis. As salas de leitura e de convívio recatadas são apreciadas por constituírem locais de refúgio em situações de maior agitação. As salas de conferência, quando existem, são utilizadas só pelos conferencistas. O serviço de Internet é proporcionado em todos os hotéis e utilizado pelos hóspedes seniores.
- c) Nos hotéis de quatro estrelas, os hóspedes seniores aderem com facilidade a actividades de grupo que envolvam, por exemplo, animação, dança, magia e jogos. Nos hotéis de cinco estrelas, os hóspedes seniores preferem actividades de cariz mais individual, tais como o repouso e a leitura. Os hóspedes seniores portugueses, em particular, prezam a descrição e o anonimato. Verifica-se que existe uma diferenciação socio-económica nas actividades preferidas e que a oferta de actividades de cada hotel tende a adequar-se às preferências dos hóspedes.
- d) Fora dos hotéis as actividades preferidas dos hóspedes seniores são sobretudo as seguintes:
  - realizar caminhadas e passeios na natureza ou em locais históricos;
  - visitar feiras e ir a restaurantes;

Quadro 9 – Utilização de serviços e actividades por hóspedes seniores

		Entrevistas					
		1	2	3	4	5	6
35	De que modo os HS realizam mais frequentemente as actividades?	Em casal.	Golfe individual. Sol e mar em casal.	Em casal.	Golfe individual, em casal ou com <i>personal trainer</i> . Ioga e <i>step</i> em grupos.	Em casal.	Em casal ou em grupo.
36	Quais os serviços do hotel que são mais utilizados pelos HS?	Piscina exterior, piscina talassoterapia (pagamento adicional), loja, sauna, massagens, ginásio, bar, sala de convívio, Internet, sala de jogos, sala de conferências.	Golfe, piscina exterior, massagens, bar, Internet, sala de conferências, cabeleireiro.	Piscina exterior, piscina interior, talassoterapia (no inverno é uso geral), loja, sauna, massagens, ginásio, bar, sala de convívio, Internet, sala de conferências (pouco uso).	Golfe (2 campos), piscina exterior, piscina interior (no inverno esta aquecida e no verão tem menos confusão), loja, sauna, massagens, ginásio, bar, biblioteca, sala convívio, Internet, sala de conferências.	Piscina exterior, piscina interior, loja, ginásio, bar, Internet, sala de conferências.	<i>Putting green e driving range</i> , piscina exterior (aquecida), piscina interior (aquecida), loja saúde, sauna, massagens, ginásio, bar, sala de leitura, Internet.
36 <sup>a</sup>	Quais as actividades do hotel que são mais utilizadas pelos HS?	Hotel 5* não faz actividades animação.	Hotel 5* não faz actividades animação. Apenas organiza se os hóspedes pretenderem.	Só música ao vivo no restaurante. Na época alta na hora das comidas.	Animação constante, espectáculos, dança jogos.	Animação constante, espectáculos, dança jogos.	Não tem actividades de animação, promovendo apenas <i>workshops</i> sobre saúde.
37	Existem outros serviços e actividades que os HS realizam no hotel?	Hidroginástica, Aulas ioga, Aulas ginástica.	Ir a parques temáticos.	Não respondeu.	Shows e filmes na sala de teatro.	Não respondeu.	Não respondeu.
38	Quais os serviços e actividades mais utilizados por HS?	Spa, talassoterapia, praia.	Golfe.	Spa, talassoterapia, praia.	Golfe e desporto.	Golfe, <i>bowling</i> de relva, Praia.	Saúde.
39	Se pudesse que zona alterava ou acrescentava para tornar o hotel mais adequado aos HS?	Melhor acesso a zona da praia, pois neste faltam rampas.	Aumentar restaurante e sala de conferências.	Tudo bem.	Melhoraria o restaurante com terraço e com vista para usar no verão.	Incluía uma sala de leitura e de convívio para os HS que precisam como escape ao barulho.	Falta sala de conferências que alguns hóspedes solicitam.
40	Quais as actividades que os HS realizam fora do empreendimento?	Golfe, praia (é do hotel), caminhadas, <i>birdwatching</i> , excursões, bingos e casinos, visitar cidades.	Praia, spa, bicicleta, passeio de barco, pesca, casinos, visitar cidades.	Golfe, caminhadas, passeios de barco, excursões, feiras locais.	<i>Beachbar</i> , passeios de barco, caminhadas, excursões, visitar cidades.	Golfe, <i>bowling</i> de relva, caminhadas, excursões, visitar cidades, feiras locais.	Golfe, caminhadas, visitar cidades.
41	Existem outras actividades que os HS realizam foram do hotel?	Falta promoção para motivar participação.	Não respondeu.	Show de fados e outros restaurantes.	Outros campos de golfe.	<i>Bowling</i> de relva (3 campos).	Restaurantes da zona.

- assistir a espectáculos de fado;
- participar em excursões cujos destinos vão desde cidades vizinhas até locais mais longínquos (e.g., Fátima, Sevilha, Sagres e Ayamonte) embora com duração máxima de um dia; de um modo geral, estas excursões são organizadas por empresas externas que prestam serviços as hóspedes dos hotéis;
- fazer passeios de barco ou saídas para pescar;
- passear de bicicleta;
- praticar desportos pouco desgastantes (e.g., *bowling* de relva).

#### **4.7 Conforto ambiental, segurança, saúde e acessibilidade**

O bloco F do questionário destina-se a recolher informação geral sobre a importância atribuída pelos hóspedes seniores às condições de ambiente, segurança e acessibilidade dos hotéis. As questões colocadas abordam meios de transporte utilizados, importância das condições de conforto, necessidades especiais de acessibilidade, importância das condições de segurança e assistência hospitalar (Quadro 10).

Os principais resultados sobre a importância atribuída pelos hóspedes seniores às condições de ambiente, segurança e acessibilidade dos hotéis são os seguintes:

- a) A maioria dos hóspedes seniores deslocam-se do aeroporto para os hotéis via *transfer* ou táxi. No caso de hóspedes seniores portugueses ou espanhóis viajam até ao hotel em viatura particular. O aluguer de veículo pode ser requerido mas, apesar de permitir deslocações com maior independência, não é uma prática muito comum nos hóspedes seniores.
- b) No caso dos hóspedes seniores realizarem actividades organizadas pelo hotel (e.g. golfe) ou por empresas externas (e.g., passeios e excursões) o próprio hotel e as empresas externas encarregam-se de fornecer o transporte.
- c) Os hotéis não dispõem de equipamentos auxiliares para pessoas com mobilidade condicionada; quando estes equipamentos são necessários, o hotel aluga-os em lojas especializadas.
- d) Os hóspedes seniores são particularmente sensíveis às condições de conforto acústico e conforto térmico de Verão e de Inverno, na medida em que solicitam expressamente a ausência de ruído e a existência de um equipamento que garanta condições de conforto térmico adequadas.

- e) A existência de varandas amplas e com muita exposição solar é um aspecto muito valorizado pelos hóspedes seniores. Os quartos que não permitam pela sua orientação apanhar sol não são bem aceites. Esta preferência por quartos com exposição solar manifesta-se em todas as alturas do ano.
- f) Todos os hotéis estavam vedados e tinham o acesso controlado pela utilização de um único ponto de ingresso. A legislação em vigor até Março de 2008 impunha a vedação dos hotéis. Vários hotéis, para além de disporem de pessoal de segurança privada, também possuem sistemas de vídeo com câmaras de segurança (até 300 unidades em todo o hotel). Segundo os entrevistados, os hóspedes seniores não referem sentimento de receio ou medo durante a estadia nos hotéis.
- g) Alguns operadores turísticos exercem um controlo rigoroso sobre os hotéis, realizando vistorias periódicas de modo a garantir o cumprimento do estabelecido nos contratos de «*health and safety*». Este controlo é realizado para evitar que os clientes perante uma situação irregular exijam a devolução das despesas da viagem. Nestas vistorias é verificado:
- se os seguros estão actualizados;
  - se as condições de segurança contra incêndio estão garantidas, em termos de equipamento e de condições arquitectónicas (e.g., distâncias entre saídas de emergência);
  - se existem condições de segurança na utilização (e.g., altura das guardas das varandas e espaço livre máximo entre os elementos da guarda).
- h) Todos os hotéis dispõem de serviço médico durante as 24 horas por dia. Em caso de necessidade um médico é chamado por telefone e desloca-se ao local. Os serviços de saúde dos hóspedes seniores são prestados pelo sistema de segurança social (centros de saúde ou hospitais da zona) e, em alguns hotéis, por clínicas privadas com as quais o hotel estabelece protocolo.
- i) Na opinião dos entrevistados, as características que tornam o hotel atractivo para os hóspedes seniores são a localização e um acolhimento prestado pelo pessoal adequado às expectativas dos clientes. Alguns hóspedes estrangeiros, particularmente os britânicos e os alemães, fazem questão de serem tratados com informalidade e, em alguns casos, pelo nome próprio. A qualidade do acolhimento foi um factor apontado como importante para favorecer a fidelização dos clientes.

Quadro 10 – Importância atribuída pelos hóspedes seniores  
às condições de ambiente, segurança e acessibilidade

		Entrevistas					
		1	2	3	4	5	6
42	Como se deslocam usualmente os HS?	<i>Shuttle</i> , carro próprio.	<i>Shuttle</i> , alugam viatura.	Viatura própria, alugam viatura.	<i>Transfer</i> , alugam viatura.	Estrangeiros em <i>transfer</i> . Portugueses com viatura própria.	Viatura própria.
43	Em termos de conforto, quais os aspectos mais valorizados pelos HS?	Ausência de ruído, aparelho de ar condicionado, controle das condições de iluminação nos quartos.	Não fazem referências.	Ausência de ruído, aparelho de ar condicionado, receber insolação directa.	Ausência de ruído (por estar no parque natural, no projecto foi feito estudo para evitar ruídos).	Ausência de ruído, aparelho de ar condicionado, receber insolação directa.	Ausência de ruído.
44	Em termos de conforto, quais os aspectos menos valorizados pelos HS?	Não referem. Valoram tudo.	Não referem. Valoram tudo.	Não referem. Valoram tudo.	Não referem. Valoram tudo.	Não referem. Valoram tudo.	Não referem. Valoram tudo.
45	Existem equipamentos especiais para auxiliar hóspedes com mobilidade condicionada no hotel?	Não. Alugam quando necessário.	Não. Alugam quando necessário.	Não. Alugam quando necessário.	Não. Alugam quando necessário.	Não. Alugam quando necessário.	Não. Alugam quando necessário.
46	Os hóspedes seniores sentem segurança no empreendimento e no sítio?	Estão seguros. Existe cancela na entrada. Vigilância com 300 câmaras de vídeo vigilância. Existe pessoal de segurança.	Existe cancela na entrada. Vigilância com 300 câmaras de vídeo vigilância. Existe pessoal de segurança.	Estão seguros. Existe cancela na entrada.	Estão seguros. Existe cancela na entrada. Existem câmaras de vídeo vigilância.	Estão seguros. Existe cancela na entrada. Existem câmaras de vídeo vigilância.	Estão seguros. Existe cancela na entrada. Existem câmaras de vídeo vigilância.
47	Existe algum tipo de assistência hospitalar no hotel?	Médico disponível 24 h por dia quando chamado. Desfibrilador disponível.	Médico disponível 24 h por dia quando chamado.	Médico disponível 24 h por dia quando chamado.	Médico disponível 24 h por dia quando chamado. Gabinete médico.	Médico disponível 24 h por dia quando chamado.	Assistência médica permanente.
48	Existe assistência hospitalar perto do hotel?	Centro de saúde, hospital, clínica (depende do seguro).	Centro de saúde, hospital, clínica.	Centro de saúde, hospital, clínica.	Centro de saúde, hospital de Faro, clínica privada em Tavira.	Centro de saúde, hospital de Faro, clínica privada em Vilamoura.	Centro de saúde, hospital de Portimão.
49	Os operadores solicitam algumas condições particulares para os HS?	<i>Health &amp; Safety</i> . Os operadores ingleses são os mais restritivos.	<i>Health &amp; Safety</i> . Os operadores ingleses são os mais restritivos.	<i>Health &amp; Safety</i> dos operadores.	<i>Health &amp; Safety</i> dos operadores ingleses.	<i>Health &amp; Safety</i> dos operadores ingleses.	<i>Health &amp; Safety</i> .
50	Quais as características que tornam o seu empreendimento atractivo para os HS?	Centro de talassoterapia e localização próximo do mar.	O Golfe de São Lourenço é considerado o melhor da Península Ibérica e entre os melhores do mundo.	Sentir que se está isolado do mundo; sensação de estar fora de Portugal; jardim e natureza com 40 anos de bom trato; e acesso directo a praia.	O conceito em que tudo está incluído; comunicação com clientes tratados por «tu»; qualidade do pessoal; e localização com golfe e praia.	Localização com golfe e praia; proximidade à marina; diversidade de actividades; e, pessoal simpático.	O conceito totalmente diferenciado e orientado para o «bem-estar».

Quadro 10 – Importância atribuída pelos hóspedes seniores  
às condições de ambiente, segurança e acessibilidade (continuação)

		Entrevistas					
		1	2	3	4	5	6
51	O que acha que poderia ser feito para o hotel ser mais atractivo para os HS?	Tudo está bem.	Tudo está bem.	Sala de convívio com (lareira) proporciona melhor ambiente de Inverno e mais conforto.	Tudo está bem.	Mais actividades de <i>barbecue</i> e bailes.	Tudo está bem.
52	Há algo mais que gostaria de acrescentar?	Nada a acrescentar.	O <i>staff</i> e o serviço são bons. Os hóspedes são reconhecidos e tratados pelo nome. Não há um balcão mas uma mesa que permite um acolhimento mais personalizado.	Hotel para encontrar sossego, tranquilidade e descrição.	Nada a acrescentar.	Alguns hóspedes não vão à praia e preferem ficar na piscina do hotel a descansar.	Foram colocadas rampas sempre que existe escadas. Espaço flexível que permite ajustar às necessidades.



## 5. Conclusões, discussão e desenvolvimentos futuros

### 5.1 Síntese dos resultados

*Quais os aspectos mais valorizados pelos hóspedes seniores nos hotéis de 4 e 5 estrelas localizados na Região do Algarve?*

Com base nas entrevistas realizadas e partindo do geral para o particular, pode concluir-se que os hóspedes seniores valorizam os seguintes aspectos:

#### a) Ambiente

- integrarem-se em ambientes compostos por hóspedes de todas as idades e não serem tratados como idosos;
- existirem lugares comuns calmos que podem utilizar como refúgio em situações de agitação (e.g., salas de leitura, salas de estar);
- serem bem acolhidos e tratados com familiaridade.

#### b) Segurança, saúde e acessibilidade

- sentirem-se em segurança dentro dos hotéis e nos espaços públicos envolventes;
- saberem que em caso de qualquer imprevisto de saúde terão o apoio necessário;
- os percursos no hotel serem curtos, amplos e sem desníveis ou obstáculos (e.g., equipamento, mobiliário).

#### c) Actividades e serviços

- existir piscina exterior, bar, lojas, salas de jogos e ginásio.
- serem organizadas actividades de grupo (e.g., animação, dança, magia, jogos) nos hotéis de quatro estrelas, e privacidade para desenvolver actividades de cariz individual (e.g., repouso, leitura) nos hotéis de cinco estrelas;
- poderem participar em actividades de exterior não desgastantes, tais como, caminhadas, passeios de bicicletas e desportos ligeiros, assim como visitas a cidades, feiras, monumentos e eventos em localidades próximas;
- estar assegurada a regularidade de horários e de programação das actividades; as actividades tendem a ocorrer mais cedo que o usual com os restantes hóspedes.

#### d) Quartos

- quartos situados no bloco central e nos pisos inferiores, mas, caso existam boas vistas, preferem quartos que usufruam dessas vistas mesmo que em pisos mais elevados;

- suítes ou apartamentos T1 por terem quarto e sala de estar, proporcionando maior conforto e a sensação de estar em casa;
- condições de conforto ambiental nos quartos, em particular isolamento acústico que garanta privacidade e tranquilidade;
- existência de equipamentos que assegurem o controlo da temperatura de Verão e de Inverno;
- varandas amplas com ampla exposição solar;
- camas separadas.

*Quais os principais problemas com que os hóspedes seniores se deparam na utilização dos hotéis de 4 e 5 estrelas localizados na Região do Algarve?*

A existência de barreiras que dificultem a deslocação dos hóspedes seniores foi o único problema referido durante as entrevistas.

Este resultado pode ficar a dever-se ao facto de os entrevistados serem directores de hotéis no exercício das suas funções. Afigura-se que para obter uma resposta mais completa a esta questão será necessário utilizar outra metodologia, como por exemplo realizar entrevistas ou inquéritos a hóspedes seniores.

## **5.2 Limitações**

O estudo assumiu um carácter exploratório. As entrevistas permitiram recolher um amplo conjunto de informação que proporcionou uma primeira abordagem ao tema. Contudo, ao analisar as conclusões do estudo importa ter presente as seguintes limitações:

- a) a dimensão da amostra foi reduzida, não sendo representativa do universo estudado;
- b) apenas foram estudados hotéis de 4 e 5 estrelas que são usualmente frequentados por um extracto social elevado, não podendo os resultados ser extrapolados para outros extractos sociais;
- c) os directores de hotéis foram entrevistados no exercício das suas funções, pelo que se admite que tenham procurado proporcionar uma boa impressão da sua unidade, atenuando ou omitindo problemas ou dificuldades que possam existir no uso do hotel por hóspedes seniores;
- d) os directores dos hotéis não classificam os hóspedes seniores como um tipo de cliente particular, pelo que os entrevistados manifestaram alguma dificuldade em centrar as suas respostas nesse grupo;

- e) os hóspedes seniores são um grupo alargado e com características heterogéneas, não sendo conhecida a composição relativa dos subgrupos que o constituem;
- f) incluindo-se no conceito de hóspedes seniores os indivíduos com idade compreendida entre 55 e 65 anos, que em regra se mantêm activos e saudáveis, admite-se que tenha ocorrido um atenuar dos problemas ou dificuldade que possam existir no uso dos hotéis por hóspedes com maior idade (i.e., mais de 65 anos);
- g) para a apreciação do estabelecimento turístico concorrem aspectos de natureza variada, tais como a qualidade do serviço (e.g., simpatia do pessoal), a infra-estrutura (e.g., existência de piscina interior), a localização (e.g., proximidade de praia e de zonas de atractividade com acesso pedonal), e a oferta de actividades fora do estabelecimento (e.g. passeios a cidades próximas, a festas ou eventos locais);
- h) o contributo das áreas científicas da medicina, da saúde e da ergonomia é também importante para compreender as necessidades dos hóspedes seniores.

Estas limitações constituem pontos de partida para identificar possíveis desenvolvimentos futuros (vd. 5.4).

### **5.3 Discussão**

Os hóspedes seniores são um segmento de mercado importante para os estabelecimentos turísticos, pois permitem equilibrar a ocupação sazonal, especialmente em estabelecimentos que se baseiam sobretudo no produto turístico «*sol e mar*». Acresce que na época baixa os custos baixam, incentivando maiores estadias. Receber hóspedes seniores é algo desejado e muito bem acolhido pelos estabelecimentos turísticos.

Contudo, observou-se que os directores dos hotéis não diferenciam os hóspedes seniores como um grupo específico e nenhum dos hotéis se manifestou especialmente vocacionado para atrair ou receber este tipo de hóspedes. O estigma usualmente associado ao idoso parece não estar presente no discurso dos entrevistados, pois o hóspede é entendido apenas como um cliente não sendo a idade um aspecto que mereça especial relevo. Comprovando esta abordagem, os hotéis não estão especialmente preparados ou equipados para receber hóspedes com mobilidade condicionada, sendo os equipamentos alugados caso a caso quando necessários.

Afigura-se que os estabelecimentos turísticos procuram um ponto de equilíbrio. Por um lado, os hóspedes seniores são um segmento de mercado em crescimento e que interessa explorar. Por outro lado, é importante ter uma clientela heterogénea em termos de idades, evitando transformar o estabelecimento num «*lar de idosos em férias*».

A solução parece ser procurar soluções que respondam às necessidades e aspirações dos hóspedes seniores mas sejam temporárias (e.g., serviços prestados apenas na época baixa) ou transparentes (e.g., soluções de design universal<sup>2</sup>).

A existência de um hotel especialmente vocacionado para receber hóspedes seniores não se afigura uma opção adequada por vários motivos: limita o universo de potenciais clientes a um grupo restrito, cria um ambiente dominado por pessoas idosas que não é atractivo para hóspedes seniores e confere ao hotel uma imagem social negativa. O turismo sénior não parece ser um produto turístico suplementar aos 10 apontados para Portugal no Plano Estratégico Nacional do Turismo (Turismo de Portugal, 2007). O turista sénior deve ser sim um cliente privilegiado em cada um dos produtos já identificados, em particular os produtos referidos que melhor se enquadram dentro desta faixa de idade na Região do Algarve e que são: o turismo de sol e mar, o turismo de saúde e bem-estar e o turismo de golfe.

Importa também ter presente que os hábitos dos turistas se alteram progressivamente, mas as características dos hotéis tendem a permanecer durante algum tempo. Afigura-se assim pertinente analisar as preferências dos hóspedes com idades inferiores à dos hóspedes seniores, de modo a perspectivar o que serão as necessidades dos hóspedes seniores do futuro. Por exemplo, observou-se nas entrevistas que os hóspedes com idades na faixa dos 45 aos 64 anos são utilizadores frequentes dos serviços de talassoterapia e Spa. Será que daqui a 10 anos os hóspedes seniores também serão utilizadores frequentes destes serviços?

#### **5.4 Desenvolvimentos futuros**

Ao realizar este estudo, de carácter exploratório, identificaram-se várias questões que poderão motivar desenvolvimentos futuros, nomeadamente:

- a) Como apreciam os hóspedes seniores os hotéis da Região do Algarve?
- b) Qual a experiência de outros países/regiões na adequação da oferta turística aos hóspedes seniores?
- c) Qual a representatividade dos subgrupos 55 a 65 anos, 65 a 75 anos e mais de 75 anos no conjunto dos hóspedes seniores e quais as características específicas de cada grupo?
- d) Quais os hábitos de uso dos turistas que serão hóspedes seniores daqui a 10 anos?
- e) Será que a regulamentação aplicável à promoção e exploração de hotéis assegura a satisfação das principais necessidades dos hóspedes seniores?

---

<sup>2</sup> Design de produtos e de ambientes para serem utilizados pelo maior número de pessoas possível, independentemente da idade, habilidade ou condição de saúde e sem necessidade de adaptação (*Center for Universal Design*, 2008).

- f) Têm os hóspedes seniores portugueses preferências diferentes dos hóspedes seniores estrangeiros?
- g) Existe relação entre as características do hotel, a duração da estadia e a época de estadia dos hóspedes seniores?
- h) Como são usados os quartos pelos hóspedes seniores?
- i) Como devem ser organizadas as zonas comuns de forma a permitir sossego e afastamento da agitação?
- j) Existem casos exemplares de hotéis atractivos para hóspedes seniores que mereçam um estudo mais aprofundado?
- l) É possível e desejável conceber espaços que permitam uma adaptação sazonal para se adequarem às características dos hóspedes?

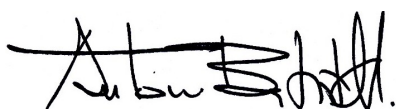
Algumas destas questões poderão ser abordadas em estudo posterior a desenvolver com apoio do LNEC.

Os autores agradecem reconhecidos aos responsáveis dos hotéis entrevistados durante o estudo a informação disponibilizada. Agradecem também a contribuição do Eng.º José Vasconcelos Paiva na revisão do relatório.

Lisboa e Laboratório Nacional de Engenharia Civil, em Novembro de 2010.

VISTO

O Chefe do Núcleo de Arquitectura e Urbanismo



António Baptista Coelho

O Director do Departamento de Edifícios



Jorge M. Grandão Lopes

AUTORIA



Wilson Zacarias

Arquitecto, Aluno de doutoramento do IST



João Branco Pedro

Arquitecto, Investigador Auxiliar do LNEC



Margarida Rebelo

Psicóloga, Investigadora Auxiliar do LNEC



Carla Cachadinha

Arquitecta, Estagiária de Doutoramento

## Referências bibliográficas

AHETA, Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve – Balanço do ano turístico 2009. In *Touristic Algarve Yearbook 2010*. Albufeira: AHETA, 2010. pp. 8-28.

ALEXANDRE, José – *O Turismo em Portugal: evolução e distribuição*. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2001.

ALMEIDA, Aline; OLIVEIRA, Ana; BEZERRA, Emanuelle; GUEDES, Tâmara; CÁRDIA, Maria – Talasoterapia. In *2.º Congresso Brasileiro de Extensão Universitária Belo Horizonte*. Belo Horizonte: Universidade Federal de Paraíba, 2004.

ANA, Aeroportos de Portugal – *Relatório anual de estatísticas de tráfego*. Lisboa, 2009.

ANDREOTTI, Rosana e OKUMA, Silene – Validade de uma bateria de testes de atividade da vida diária para idosos fisicamente independentes. In *Revista paulista de educação física*. Vol 13, n.º 1 (Jan/Jun 1999), pp. 46-66.

BARROS, Carlos; BUTLER, Richard e CORREIA, Antonia – The length of stay of golf tourism: A survival analysis. In *Tourism Management*. Vol. 31, n.º 1 (2010), pp. 13-21.

CÁRDENAS, David – Arquitectura para el ocio. In *Revista Escala*. Vol. 168 (1995), p. 3.

CARRILHO, Maria; GONÇALVES, Cristina – Dinâmicas territoriais do envelhecimento: Análise exploratória dos resultados dos censos 91 e 2001. In *Revista de Estudos Regionais*. (1.º Semestre 2002), pp. 175-191.

CAVACO, Carminda – Turismo sénior: perfis e práticas. In *COGITUR-Journal of Tourism Studies*. Vol. 3 (2009), pp. 33-64.

CCDRAlgarve, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve – *Estratégia de desenvolvimento do Algarve 2007-2013*. Faro: CCDRAlgarve, 2006.

CCDRAlgarve, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve – *PROT Algarve: Volume II - Caracterização e diagnóstico - Parte 1*. Faro: CCDRAlgarve, 2007.

CEDRU, Centro de Estudos e Desenvolvimento Regional e Urbano; BCG, Boston Consulting Group – *Estudo de avaliação das necessidades dos seniores em Portugal*. Lisboa: Fundação Aga Khan de Portugal, 2008.

COIMBRA, José; BRITO, Irma – Qualidade de vida do idoso. In *Revista Referência*. Vol. 3, n.º 3 (Nov. 1999), pp. 29-35.

CUIÇA, Pedro – *Algarve Percursos Naturais*. Faro: First Media, Comunicação S.A., 2007.

ELY, Vera; DORNELES, Vanessa – Acessibilidade espacial do idoso no espaço livre urbano. In actas do *ABERGO 2006 (14.º Congresso da Associação Brasileira de Ergonomia)*. Curitiba, 2006.

ERTA, Entidade Regional de Turismo do Algarve; ATA, Associação de Turismo do Algarve – *Sítio na Internet «VisitAlgarve»*. S.D. Disponível em <<http://www.visitalgarve.pt/visit Algarve/vPT/VivaOAlgarve/461/Golfe/Sugestoes/Melhor+Destino+de+Golfe+.htm>>. Acesso em Agosto de 2010.

FERNANDES, José; JANEIRO, Ana – *Arquitectura no Algarve dos primórdios à actualidade, uma leitura de síntese*. Porto: Edições Afrontamento, 2005.

FERREIRA, Carlos – *Portugal, Destino turístico da população idosa europeia*. Lisboa: Turismo de Portugal, 2006.

FEUALg, Faculdade de Economia da Universidade do Algarve – *Estudo sobre o Golfe no Algarve*. Faro, 2004.

GONÇALVES, Cristina; CARRILHO, Maria – Envelhecimento crescente mas espacialmente desigual. In *Revista de estudos demográficos*. Vol. 40 (2007), pp. 21-37.

INE, Instituto Nacional de Estatística – *Projecções de população residente, Portugal e NUTS II*. Lisboa, 2004.

PIMENTEL, Emanuelle – *Estratégias para a gestão da sazonalidade: a oferta turística algarvia*. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2008. Dissertação de Mestrado.

RAMOS, Adília – *Termalismo: Turismo Termal: Contextos, impactes e potencialidades*. In *Investigação em Turismo: Ciclo de debates 2001*. Lisboa: Instituto de Financiamento e apoio ao Turismo, 2001. pp. 295-309.

TERMAS DE PORTUGAL – *Sítio na Internet*. 2007. Disponível em <<http://www.termasdeportugal.pt>>. Acesso em Agosto de 2010.

The CENTER FOR UNIVERSAL DESIGN, North Carolina State University – *Sítio na Internet*. 2008. Disponível em <[http://www.design.ncsu.edu/cud/about\\_ud/udprinciples.htm](http://www.design.ncsu.edu/cud/about_ud/udprinciples.htm)>. Acesso em Agosto de 2010.

TURISMO DE PORTUGAL – *Plano Estratégico Nacional do Turismo - PENT*. Lisboa: Ministério da Economia e da Inovação, 2007.

THR, Asesores en turismo Hotelería y Recreación – *10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal. Saúde e bem-estar*. Lisboa: Turismo de Portugal, 2006a.



THR, Asesores en turismo Hotelería y Recreación – *10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal. Golfe*. Lisboa: Turismo de Portugal, 2006b.

## **Lista de acrónimos**

AHETA – Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve

ATA – Associação Turismo do Algarve

AVD – Actividade da Vida Diária

APA – Alojamento e Pequeno-Almoço

BCG – Boston Consulting Group

CCDRAlgarve – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve

CEDRU – Centro de Estudos e Desenvolvimento Regional e Urbano

ERTA – Entidade Regional de Turismo do Algarve

FEUAlg – Faculdade de Economia da Universidade do Algarve

HS – Hóspede sénior

INATEL – Instituto Nacional para Aproveitamento dos Tempos Livres dos Trabalhadores

INE – Instituto Nacional de Estatística

IST – Instituto Superior Técnico

LNEC – Laboratório Nacional de Engenharia Civil

PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo

PROT Algarve – Plano Regional de Ordenamento do Território do Algarve

SAER – Sociedade de Avaliação Estratégica de Risco

THR – Asesores en turismo Hotelería y Recreación, S.A.

## ANEXO

### QUESTIONÁRIO HOTÉIS ATRACTIVOS PARA HÓSPEDES SENIORES: A EXPERIÊNCIA DA REGIÃO DO ALGARVE

A presente entrevista enquadra-se num estudo de investigação realizado conjuntamente entre o Laboratório Nacional de Engenharia Civil e o Instituto Superior Técnico de Lisboa. A informação prestada é confidencial, os resultados não identificarão as organizações nem os intervenientes e os resultados serão disponibilizados após a apresentação do relatório final.

*Duração aproximada: 40 min*

*Data* \_\_\_\_\_

#### A. CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDIMENTO TURÍSTICO

1. Nome do empreendimento: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. Tipo de Empreendimento:  
Hotel \_\_\_\_\_, *Resort* \_\_\_\_\_, Apartamentos turísticos \_\_\_\_\_, Aldeamentos turísticos \_\_\_\_\_
3. Classificação: 3 \* \_\_\_\_\_ 4 \* \_\_\_\_\_ 5 \* \_\_\_\_\_
4. N.º de anos de funcionamento do estabelecimento: \_\_\_\_\_, ou ano de inauguração: \_\_\_\_\_
5. O estabelecimento está especialmente vocacionado para algum tipo de produto? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. Lotação do empreendimento:
  - 6.1. N.º de quartos: \_\_\_\_\_
    - a) Tipo de quartos: \_\_\_\_\_
  - 6.2. N.º de outros tipos de alojamento \_\_\_\_\_ (Moradia, apt.º, outro \_\_\_\_\_)
    - a) Tipologias: T0 \_\_\_\_\_, T1 \_\_\_\_\_, T2 \_\_\_\_\_
    - b) Uso da cozinha: muito \_\_\_\_\_, médio \_\_\_\_\_, pouco \_\_\_\_\_, nada \_\_\_\_\_
  - 6.3. N.º total de camas: \_\_\_\_\_
7. Nome entrevistado: \_\_\_\_\_
8. Cargo ou função do entrevistado: \_\_\_\_\_

## B. QUANTO AOS HÓSPEDES SENIORES (HS)

9. Existem registos \_\_\_\_\_ ou estatísticas \_\_\_\_\_ da faixa etária dos hóspedes?
10. A partir de que idade consideram as pessoas como HS? \_\_\_\_\_
11. Qual a percentagem (estimativa) de ocupação do empreendimento por HS? \_\_\_\_\_ %
12. Como são usualmente feitas as reservas para os HS? (em %)

Operadores/Agências	Telefone/Balcão	Internet

13. Qual(is) os países de origem dos HS e a respectiva estadia média (dias)?

	Portugal	Espanha	Alemanha	Reino Unido	França	Países Baixos	Canada	Irlanda	Outros
HS									
Estadia média									

14. Quais os meses de maior ocupação por HS?

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Nacionais												
Estrangeiros												

15. Como viajam mais frequentemente os HS (%):

Nacionais	Sénior individual	
	Casal sénior	
	Em Grupos	
	O Casal sénior com família	
	Individual sénior com família	
Estrangeiros	Sénior individual	
	Casal sénior	
	Em Grupos	
	O Casal sénior com família	
	Individual sénior com família	

16. Quando os HS viajam em grupo, solicitam alguma actividade/condição específica?
- 16.1 Nacionais: \_\_\_\_\_
- 16.2 Estrangeiros: \_\_\_\_\_
17. Os HS repetem a visita?
- 17.1 Nacionais: \_\_\_\_\_%
- 17.2 Estrangeiros: \_\_\_\_\_%
18. Qual é o tipo de divulgação que faz do seu empreendimento? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### C. DOS QUARTOS

19. Existem quartos especiais para HS? \_\_\_\_\_  
Se existirem, o que os distingue dos outros? \_\_\_\_\_
20. Existem quartos especiais para deficientes? \_\_\_\_\_  
O que têm de especial? \_\_\_\_\_
21. Foi feita alguma coisa para adequar os quartos às necessidades dos HS? \_\_\_\_\_  
Se sim, o quê? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
22. Qual a preferências dos H.S na escolha dos tipos de quartos?

#### **Quando viajam em casal**

Camas individuais	
Camas casal	
Quartos separados com ligação	

#### **Quando viajam em grupo**

Quartos individuais	
Quartos duplos/triplos	
Outros	

23. Existem comentários positivos ou queixas dos HS relativas aos quartos? (*Satisfação do cliente*) \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

24. São adequadas a HS as áreas previstas para: os quartos? \_\_\_\_\_  
 as casas de banho? \_\_\_\_\_ os terraços? \_\_\_\_\_ a kitchinet? \_\_\_\_\_
25. Os HS têm preferências na escolha dos pisos? \_\_\_\_\_  
 Por pisos altos \_\_\_\_\_ Porquê? \_\_\_\_\_  
 Por pisos baixos \_\_\_\_\_ Porquê? \_\_\_\_\_
26. Existe um prédio central? \_\_\_\_\_, Se existir os HS preferem:  
 a) O bloco central \_\_\_\_\_ Porquê? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 b) As unidades individuais (tipo casa/apartamentos/*bungalows*) \_\_\_\_\_ Porquê? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

#### D. DAS REFEIÇÕES

27. Onde são realizadas mais frequentemente as refeições dos HS?  
 No empreendimento? \_\_\_\_\_ ou fora do empreendimento? \_\_\_\_\_
28. Qual é a percentagem aproximada de refeições feitas no empreendimento por HS:  
 APA (Alojamento e Pequeno-Almoço) \_\_\_\_\_%  
 Meia pensão \_\_\_\_\_%  
 Pensão completa \_\_\_\_\_%  
 Sem refeições \_\_\_\_\_%
29. Qual é o tipo do serviço mais utilizado pelos HS?  
 Self-service \_\_\_\_\_ Serviço na mesa \_\_\_\_\_ *Room service* \_\_\_\_\_
30. Qual é a preferência no tipo de menu ou comida dos HS?  
 Portuguesa \_\_\_\_\_ Internacional \_\_\_\_\_ Típico da origem \_\_\_\_\_
31. Os HS solicitam algum menu especial? \_\_\_\_\_  
 Se sim, qual? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
32. Qual a refeição que os HS tomam com maior frequência no hotel (sem contar com o pequeno-almoço)? Almoço \_\_\_\_\_ Jantar \_\_\_\_\_ Outra \_\_\_\_\_
33. As áreas existentes na zona de refeições do hotel são suficientes? \_\_\_\_\_
34. Se pudesse o que alterava na zona de refeições para a tornar mais adequada aos HS?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

## E. SERVIÇOS E ACTIVIDADES

35. De que modo os HS realizam mais frequentemente as actividades?

Individuais	
Em casal	
Em grupo	

### E.1 SERVIÇOS E ACTIVIDADES NO EMPREENDIMENTO

36. Da sua experiência, quais os serviços e actividades do empreendimento que são mais utilizados pelos HS?

Serviços	Existem no empreendimento		São utilizadas pelos HS	
	Sim	Não	Sim	Não
Piscina exterior				
Piscina interior				
Loja conveniência/outras				
Loja específica				
Sauna				
Massagens				
Ginásio				
Bar				
Salas de convívio				
Sala de leitura				
Sala internet				
Salas de fumadores				
Salas de jogos				
Salas de conferências				
<b>Actividades</b>				
Espectáculos				
Dança				
Jogos de mesa				

37. Para além dos serviços e actividades acima indicados, existem outros que os HS realizem no empreendimento? \_\_\_\_\_ Se sim, quais? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
38. Quais dos serviços e actividades acima indicados são mais utilizados por HS? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
39. Se pudesse, qual a zona existente que alterava ou acrescentava para tornar o empreendimento mais adequado aos HS? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## E.2 ACTIVIDADES FORA DO EMPREENDIMENTO

40. Da sua experiência quais as actividades que os HS realizam fora do empreendimento?

	Sim	Não	Comentários / Lugar
Golfe			
Praia			
Termas			
SPA (externos)			
Passeios a pé/caminhadas			
Passeios em barco			
Pesca			
Caça			
Bingos/Casinos			
Excursões			
Visitas a cidades			
Festas locais/regionais/ folclóricas/religiosas			



41. Para além das actividades indicadas, tem conhecimento de outras que os HS realizam fora do empreendimento? \_\_\_\_\_ Se sim, quais? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## F. AMBIENTE, SEGURANÇA E ACESSIBILIDADE

42. Como se deslocam usualmente os HS?  
Em viatura própria \_\_\_\_\_ %  
Aluguer de viatura \_\_\_\_\_ %  
Táxi \_\_\_\_\_ %  
*Shuttle* do hotel \_\_\_\_\_ %
43. Em termos de condições de conforto nos espaços do empreendimento quais os aspectos **mais** valorizados pelos HS?  
Conforto acústico (ausência de ruído) \_\_\_\_\_  
Conforto térmico (temperatura agradável de Verão e Inverno) \_\_\_\_\_  
Conforto visual (adequadas condições de iluminação natural e artificial) \_\_\_\_\_
44. Em termos de condições de conforto nos espaços do empreendimento quais os aspectos **menos** valorizados pelos HS?  
Conforto acústico \_\_\_\_\_  
Conforto térmico \_\_\_\_\_  
Conforto visual \_\_\_\_\_
45. Existem equipamentos especiais para mobilidade condicionada nas instalações (e.g., cadeira de rodas manual, cadeira motorizada, canadianas)? \_\_\_\_\_ Se sim, quais?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
46. Para os seus HS a segurança é uma preocupação?  
Relativo ao empreendimento? \_\_\_\_\_  
Relativo ao sítio/região? \_\_\_\_\_
47. Existe algum tipo de assistência hospitalar no empreendimento? \_\_\_\_\_ Se sim, qual?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
48. Existe assistência hospitalar perto do empreendimento?  
Centro de Saúde \_\_\_\_\_ Se sim, qual? \_\_\_\_\_  
Hospital \_\_\_\_\_ Se sim, qual? \_\_\_\_\_  
Clínica \_\_\_\_\_ Se sim, qual? \_\_\_\_\_



