

HOTÉIS ATRACTIVOS A HÓSPEDES SENIORES: A EXPERIÊNCIA DA REGIÃO DO ALGARVE

ATTRACTIVE HOTELS FOR SENIOR GUESTS: THE EXPERIENCE OF ALGARVE REGION

Wilson Zacarias Figueiredo

Arquitecto, Aluno de doutoramento do IST

wilson.zacarias@gmail.com

João Branco Pedro

Arquitecto, Investigador Auxiliar do LNEC, Investigador convidado da TUDelft

jpedro@lnec.pt

Margarida Rebelo

Psicóloga Social, Investigadora Auxiliar do LNEC

mrebelo@lnec.pt

Carla Cachadinha

Arquitecta, Assistente da FA-UTL, Estagiária de Doutoramento do LNEC

ccachadinha@netcabo.pt

RESUMO

A comunicação apresenta os resultados de um estudo sobre as características que os hotéis devem ter para responderem às necessidades e expectativas dos hóspedes seniores. O estudo baseou-se em seis entrevistas a directores de 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 calmos e afastados da agitação; sentirem-se seguros no hotel e nos espaços públicos envolventes; disporem de apoio de saúde em caso de necessidade; poderem circular em percursos pedonais de nível e desobstruídos; disporem de actividades de animação no hotel; poderem integrar-se em actividades realizadas fora do hotel; e, manterem os seus horários enquanto estão alojados no hotel e quando se envolvem noutras actividades. Além disso, os hóspedes seniores são particularmente sensíveis às condições de conforto ambiental nos quartos, nomeadamente conforto acústico, térmico, vistas e exposição solar.

KEYWORDS: HÓSPEDES SENIORES, ALGARVE, HOTÉIS, TURISMO SÉNIOR, SAZONALIDADE.

ABSTRACT

The paper presents the results of a study about the characteristics that the hotels should have in order to meet the needs and expectations of senior guests. The study was based on interviews with six directors from 4 and 5 star hotels located in Algarve region.

The results indicate that senior guests do not appreciate being treated as a distinct group and are looking for hotels used by guests 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; feel safe in the hotel and the surrounding public spaces; having access to health advice if needed, walking in levelled and clear pathways, having access to entertainment activities in the hotel, being able to integrate organized activities outside the hotel, and keeping regular schedules while they are staying in the hotel and when they engage in other activities. In addition, senior guests are particularly sensitive to environmental comfort conditions in rooms, including acoustic comfort, thermal comfort, sights and sun exposure.

KEYWORDS: SENIOR GUEST, ALGARVE, HOTELS, SENIOR TOURISM, SEASONALITY.

1. INTRODUÇÃO

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 para ocupar esse tempo. Em alguns 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.

Nos estabelecimentos turísticos, principalmente aqueles vocacionados para desfrutar de «Sol e Mar», como é o caso da maioria dos hotéis localizados no Algarve, a ocupação fica aquém da capacidade instalada uma vez terminada a época de Verão. A sazonalidade do turismo prejudica os estabelecimentos e a economia da região, podendo ser contrabalançada pelo reforço 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).

O turismo sénior é, portanto, um segmento do mercado com potencial para aumentar, interessando identificar as características que os estabelecimentos turísticos em geral, e os hotéis em particular, deveriam possuir de modo a responderem de forma adequada às necessidades e expectativas dos hóspedes seniores.

Com o estudo apresentado nesta comunicação pretendeu-se dar resposta às seguintes questões (Zacarias et al., 2010):

- a) Quais os aspectos mais valorizados pelo hóspede sénior 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?

Entende-se por hóspede sénior os indivíduos com mais de 54 anos, sendo esta classificação a correspondente à geralmente utilizada no mercado turístico (Cavaco, 2009). 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).

No capítulo seguinte é exposta a metodologia adoptada no desenvolvimento do estudo. O envelhecimento da estrutura demográfica e a procura turística na região do Algarve, em particular por hóspedes seniores, são apresentados no capítulo 3. No capítulo 4 é descrito o uso dos hotéis por hóspedes seniores. Para concluir, no capítulo 5 são sintetizados os principais resultados, analisadas as limitações do estudo e avançados possíveis desenvolvimentos futuros.

2. METODOLOGIA

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

Fase 1 – Caracterização do objecto de estudo:

- a) Pesquisa e revisão bibliográfica.
- b) Contacto com entidades relacionadas com o turismo na região do Algarve.

- c) Síntese sobre envelhecimento, actividade turística e turismo sénior.

Fase 2 – Trabalho de campo:

- d) Elaboração de modelo de entrevista.
- e) Selecção de uma amostra de seis hotéis.
- f) Entrevistas com gestores de hotéis.

Fase 3 – Análise de conteúdo das entrevistas:

- g) Tabulação de resultados das entrevistas.
- h) Resumo e análise dos resultados das entrevistas.

Fase 4 – Conclusão do estudo:

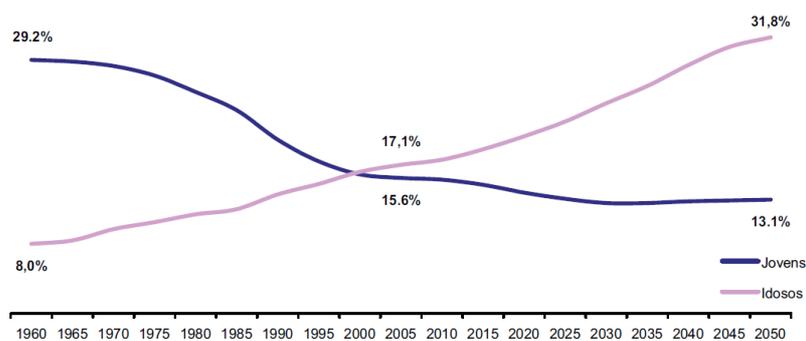
- i) Síntese e discussão dos resultados.
- j) Identificação de limitações da metodologia adoptada.
- k) Definição de linhas de desenvolvimento futuro.

3. CARACTERIZAÇÃO DO OBJECTO DE ESTUDO

3.1. ENVELHECIMENTO DA ESTRUTURA DEMOGRÁFICA

Os avanços científicos na medicina, a melhoria das condições sócio-económicas, 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, a redução da fecundidade e/ou a fecundidade mais tardia têm contribuído para um envelhecimento da estrutura demográfica (Coimbra & Brito, 1999).

Os dados estatísticos comprovam o envelhecimento da estrutura demográfica ocorrido em Portugal nas últimas décadas (Gonçalves & Carrilho, 2007). Em 1900, as pessoas com mais de 65 anos representavam 5,7% do total da população. Em 1960, a proporção de idosos subiu para 8,0% e, em 2001, aumentou para 16,4%. Em 41 anos a proporção de pessoas com mais de 65 anos duplicou e, de acordo com as estimativas, até 2050 esta 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 1).



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

Figura 1 – Evolução da proporção da população jovem e idosas no total da população (%), Portugal, 1960-2050 (Fonte: Gonçalves & Carrilho, 2007:24)

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. A PROCURA TURÍSTICA NA REGIÃO DO ALGARVE

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). 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 em 2009:

- Desembarcaram no ano 2009 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 (ANA, 2009).
- Dos passageiros que desembarcaram no Aeroporto de Faro, o Reino Unido é o mercado emissor mais importante, atingindo o 59%, seguido da Alemanha com 10,6%, da Irlanda com 9%, dos Países Baixos com 7,5%; as percentagens menores repartem-se entre Portugal, Espanha, Bélgica e a categoria «outros países» (Figura 2)

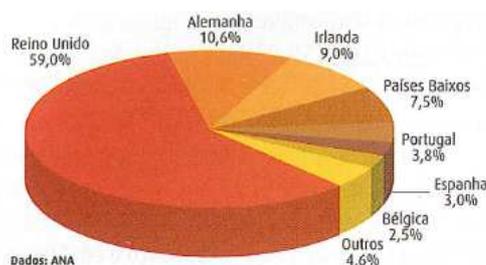


Figura 2 – Distribuição dos passageiros desembarcados no Aeroporto de Faro por origem do voo (Fonte: AHETA, 2010: 10)

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

- f) Os portugueses são os hóspedes mais numerosos (38,2%) dos estabelecimentos hoteleiros, seguidos dos britânicos (24,9%) e dos espanhóis (9,4%); quanto ao número de dormidas, a maior fatia é para os britânicos (32,9%), seguidos dos portugueses (26,6%), holandeses (10,6%), alemães (8,7%) e os irlandeses (5,7%) (Figura 3).

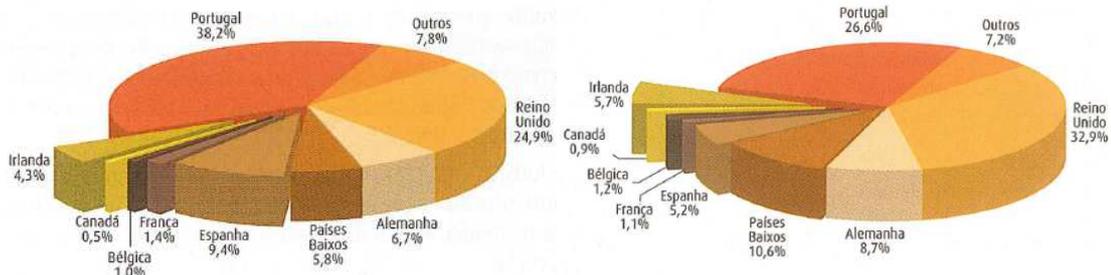


Figura 3 – Distribuição dos hóspedes e das dormidas segundo a procedência (Fonte: AHETA, 2010: 15)

- g) Quanto à preferência do local de estadia em função a 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.
- 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.

3.3. OS IDOSOS NA PROCURA TURÍSTICA DA REGIÃO DO ALGARVE

Os turistas seniores que procuram o Algarve ficam maioritariamente alojados em hotéis (entre 3 e 5 estrelas), hotéis/apartamentos (de 4 ou 5 estrelas), ou apartamentos/ aldeamentos turísticos (primeira e segunda categoria). Na temporada baixa, os turistas seniores são os ocupantes maioritários dos estabelecimentos turísticos no Algarve (

FIGURA 4) (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%), Abril (53%), Maio (35%), Junho (28%), Julho (18%), Agosto (16%), Setembro (23%), Outubro (43%).

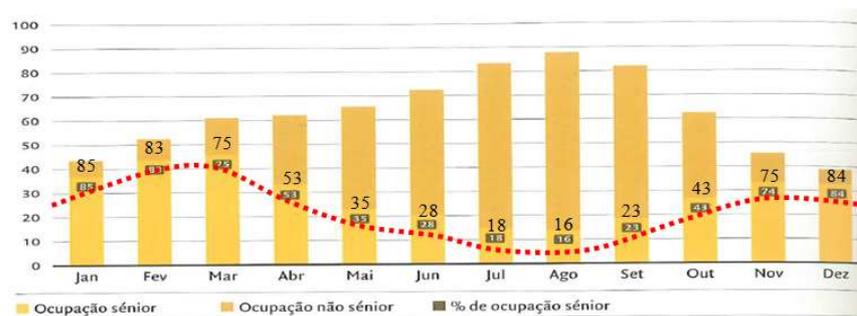


Figura 4 – Percentagem de ocupação por turistas seniores no total da ocupação das unidades de alojamento (Fonte: Ferreira, 2006: 288)

Em 2000, os cidadãos com idade igual ou superior a 55 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. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

4.1. CARACTERÍSTICAS DOS HOTÉIS

Neste estudo a amostra foi constituída por seis hotéis de 4 ou 5 estrelas, distribuídos pelas várias zonas da região do Algarve. Os hotéis seleccionados cobrem três produtos turísticos procurados por turistas seniores: «Sol e Praia» (5), «Saúde e Bem-estar» (3) e «Golfe» (3)». A capacidade dos hotéis varia entre 248 e 688 camas. A idade dos hotéis varia entre 44 anos e poucos meses, o que indicia que a idade do estabelecimento não condiciona a sua utilização por hóspedes seniores.

Os principais resultados da análise de conteúdo efectuada às entrevistas são apresentados em seguida.

4.2. OCUPAÇÃO E ESTADIA

- a) Os entrevistados estabelecem o limiar a partir do qual um hóspede é considerado sénior entre os 55 e os 60 anos, apesar de a maioria dos entrevistados afirmar não fazer distinção etária na forma como são tratados os hóspedes.
- b) A proveniência dos hóspedes seniores estrangeiros é sobretudo o Reino Unido, a Alemanha, a Irlanda, os Países Baixos, a Espanha, e a Suécia. A proveniência dos hóspedes seniores está de acordo com os dados apresentados na Figura 2 e na Figura 3. Também se pode observar que a distribuição dos hóspedes seniores pelas diferentes zonas do Algarve, segundo a sua proveniência, está de acordo com os dados apresentados na alínea g) do número ERROR! REFERENCE SOURCE NOT FOUND..
- c) A estadia média dos hóspedes seniores varia entre 7 e 15 dias, é superior à média da região que regista 5,3 dias de permanência por pessoa. 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 os 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.
- d) Embora a maior ocupação dos hotéis se registe 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 20-30 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).
- g) A divulgação dos hotéis é normalmente realizada por operadores turísticos e através da Internet.

4.3. UTILIZAÇÃO DOS QUARTOS

- 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 estes 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 em 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.

4.4. REALIZAÇÃO DE REFEIÇÕES

- 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.
- c) A escolha predominante dos hóspedes seniores é a comida portuguesa ou a internacional. Durante a estadia, alguns hotéis integram as refeições com outras actividades de animação (e.g., usando como tema regiões ou países). Os alimentos grelhados são os preferidos como 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; somente num dos hotéis recentes foi também identificado este problema, o qual se estendeu à área da cozinha.

4.5. CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS E ACTIVIDADES

- a) A actividade de lazer predominante dos hóspedes seniores é a 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 serviços 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 e o ginásio. O serviço de Internet é proporcionado em todos os hotéis e utilizado pelos hóspedes seniores. As salas de jogo existem em metade dos hotéis e são uma das áreas muito utilizadas pelos hóspedes seniores. As salas de leitura e de convívio recatadas, quando existem, são também muito apreciadas, na medida em que constituem locais de refúgio em situações de maior agitação.
- 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 discrição 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;
 - 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 aos hóspedes dos hotéis;
 - fazer passeios de barco ou saídas para pescar;
 - passear de bicicleta;
 - praticar desportos pouco desgastantes (e.g., bowling de relva).

4.6. CONFORTO AMBIENTAL, SEGURANÇA, SAÚDE E ACESSIBILIDADE

- a) A maioria dos hóspedes seniores desloca-se do aeroporto para os hotéis via *transfer* ou de táxi. No caso dos hóspedes seniores portugueses ou espanhóis, as deslocações são feitas em viatura particular. O aluguer de veículo pode ser requerido mas, apesar de permitir deslocações com maior independência, não é uma prática muito comum entre os 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, pela sua orientação, não permitem a exposição ao 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 acesso. A legislação, em vigor até Março de 2008, impunha a vedação dos hotéis. Vários hotéis, para além de disporem de pessoal de segurança privada, possuem também 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 de modo a evitar que os clientes, perante uma situação irregular, exijam a devolução das despesas da viagem. Nestas vistorias é verificado se:
- os seguros dos hotéis estão actualizados;
 - as medidas de segurança contra incêndio estão garantidas, quer a nível dos equipamentos, quer a nível das condições arquitectónicas (e.g., distâncias entre saídas de emergência);

- existem condições de segurança na utilização dos espaços e equipamentos (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. Em caso de necessidade e/ou urgência, os serviços médicos são solicitados por telefone. Os serviços de saúde são prestados aos hóspedes seniores pelo sistema de segurança social (centros de saúde ou hospitais da zona) e, em alguns hotéis, por clínicas privadas com as quais o hotel tem protocolo.
- i) Na opinião dos entrevistados, as características que tornam o hotel atractivo para os hóspedes seniores são a localização e o acolhimento prestado pelo pessoal. Alguns hóspedes estrangeiros, particularmente os britânicos e os alemães, preferem ser tratados de modo informal e, em alguns casos, pelo nome próprio. A qualidade do acolhimento foi um factor apontado como importante para favorecer a fidelização dos clientes.

5. CONCLUSÕES, DISCUSSÃO E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

5.1. SINTESE DOS RESULTADOS

O que é mais valorizado pelos hóspedes seniores nos hotéis de 4 e 5 estrelas localizados na Região do Algarve?

Com base nas entrevistas realizadas com os directores dos hotéis, 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 exigentes do ponto de vista físico, 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 a programação das actividades.

d) Quartos

- quartos situados no bloco central e nos pisos inferiores mas, caso existam boas vistas, preferem quartos que usufruam dessas vistas ainda que em pisos mais elevados;
- suites 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 o isolamento acústico adequado que garanta privacidade e tranquilidade;
- existência de equipamentos que assegurem o controlo da temperatura de Verão e de Inverno;
- varandas amplas com boa 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?

O único problema referido pelos entrevistados foi a existência de barreiras que dificultam a deslocação dos hóspedes seniores.

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 apresentado teve um carácter exploratório, visando uma primeira aproximação ao objecto de análise. As entrevistas aos directores de hotéis permitiram recolher de uma forma expedita um amplo conjunto de informação detida por estes profissionais que, em virtude da sua actividade, possuem uma visão privilegiada sobre as preferências dos hóspedes seniores. A partir da informação recolhida foi possível obter alguns resultados preliminares e identificar linhas de desenvolvimento futuro do estudo.

Ao analisar os resultados, importa ter presente as seguintes limitações:

- a) a dimensão da amostra foi reduzida, não sendo representativa do universo em estudo;
- b) foram apenas estudados hotéis de 4 e 5 estrelas que são usualmente frequentados por um estrato social elevado, o que não permite a extrapolação para outros estratos sociais;
- c) os resultados traduzem as percepções que os directores de hotéis têm sobre as preferências dos hóspedes seniores, admitindo-se que as opiniões dos hóspedes seniores poderem ser distintas destas percepções;
- d) os directores de hotéis, entrevistados no exercício das suas funções, podem ter procurado proporcionar uma boa impressão da sua unidade, eventualmente atenuando quaisquer dificuldades que possam existir no uso do hotel por hóspedes seniores;
- e) os directores dos hotéis manifestaram alguma dificuldade em centrar as suas respostas nos hóspedes seniores, na medida em que não os classificam como um tipo específico de cliente;
- f) os hóspedes seniores são um grupo alargado e com características heterogéneas; dado que o conceito de hóspedes seniores inclui os indivíduos com idade compreendida entre os 55 e os 65

anos de idade, que em regra se mantêm activos e saudáveis, admite-se que tenha existido um atenuar das dificuldades que possam existir no uso dos hotéis por hóspedes mais velhos (i.e., com mais de 65 anos);

- g) na apreciação do estabelecimento turístico cruzam-se 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.

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 estadias maiores. Receber hóspedes seniores é algo desejado e muito bem acolhido pelos estabelecimentos turísticos naquela região.

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 social por vezes associado ao idoso parece não estar presente no discurso dos entrevistados, pois o hóspede sénior é entendido apenas como um cliente não sendo a idade um aspecto que mereça especial relevo. Acompanhando esta ideia, verifica-se que os hotéis não estão especialmente preparados ou equipados para receber hóspedes com mobilidade condicionada, sendo os equipamentos necessários alugados sempre que se justifique.

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 etários, evitando o risco do estabelecimento parecer um «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)¹.

A existência de um hotel especialmente vocacionado para receber hóspedes seniores não parece ser 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 os hóspedes seniores e confere ao hotel uma imagem social negativa. Assim, o turismo sénior não parece ser um produto turístico suplementar aos produtos já apontados para Portugal no Plano Estratégico Nacional do Turismo (Turismo de Portugal, 2007). O turista sénior deve ser antes tido em conta como um cliente privilegiado em cada um dos produtos já identificados e, em particular, nos produtos referidos que melhor se enquadram dentro desta faixa de idade e que são: o Turismo de Sol e Praia, 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

5.4. DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

Face ao exposto, identificam-se algumas questões passíveis de motivar o desenvolvimento futuro desta investigação, 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?
- f) Têm os hóspedes seniores portugueses preferências diferentes dos hóspedes seniores estrangeiros?
- g) Que características físicas deve ter um hotel e a sua envolvente para favorecer a sua utilização por hóspedes seniores?
- h) Existe relação entre as características do hotel, a duração da estadia e a época de estadia dos hóspedes seniores?
- i) Como são usados os quartos, os equipamentos e os serviços dos hotéis pelos hóspedes seniores?
- j) Como devem ser organizadas as zonas comuns de forma a permitir sossego e afastamento da agitação?
- l) Existem casos exemplares que mereçam um estudo mais aprofundado?
- m) É possível e desejável conceber espaços que permitam uma adaptação sazonal para se adequarem às características dos hóspedes (e.g. flexibilidade espacial)?

Algumas destas questões poderão ser abordadas em estudos posteriores, a desenvolver no quadro de uma tese de doutoramento.

BIBLIOGRAFIA

AHETA, Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve (2010): Yearbook 2010 Touristic Algarve, Publirisco, Albufeira.

ANA, Aeroportos de Portugal (2009): Relatório anual de estatísticas de tráfego 2009, Lisboa.

CAVACO, C. (2009): “Turismo sénior: perfis e práticas”, in: COGITUR-Journal of Tourism Studies, (3), pp. 33-64.

COIMBRA, J., & BRITO, I. (1999): “Qualidade de vida do idoso”, in Revista Referência, 3, (3), pp. 29-35.

FERREIRA, C. (2006): Portugal, Destino turístico da população idosa europeia, Tipografia Peres, Lisboa.

GONÇALVES, C. & CARRILHO, M. (2007): “Envelhecimento crescente mas espacialmente desigual”, in: Revista de estudos demográficos, (40), pp. 21-37.

INE, Instituto Nacional de Estatística (2004): Projecções de População Residente, Portugal e NUTS II: 2000-2050, INE, Lisboa. (Col. População e Condições Sociais)

CONNELL, B.R. et al. (1997): The principles of universal design, The Center for Universal Design, North Carolina (EUA).

TURISMO DE PORTUGAL (2007): Plano Estratégico Nacional do Turismo PENT, Ministério da Economia e da Inovação, Lisboa.

ZACARIAS, Wilson; PEDRO, João; REBELO, Margarida & CACHADINHA, Carla, (2010): "Hotéis atractivos para hóspedes seniores: A experiência da região do Algarve", Relatório 360/2010/NAU, LNEC, Lisboa.

¹ 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 (Connell et al., 1997).