

Sónia Margarida Moreira Avelar

**TURISMO DE NICHOS: UMA ANÁLISE AO
PAPEL DOS SENIORES COMO
PARTICIPANTES ATIVOS**

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Gestão de Turismo
Internacional sob orientação da Prof. Doutora Maria Teresa Borges Tiago



Universidade dos Açores

2015

Dedicatória.

ao meu pai,

à minha mãe,

à minha avó Zulmira,

os pilares da minha vida.

AGRADECIMENTOS

O primeiro agradecimento vai, sem dúvida, para os meus pais, Olga e Jacinto, e avó Zulmira, que sempre me apoiaram, encorajaram e se orgulharam da minha faceta de estudante, apesar de esta lhes ter “roubado” atenção e dedicação devidas.

Seguem-se as amigas Carla, Emily e Ivone, com quem formo um “quarteto” que vai para além da amizade – estiveram, estão e conto que venham a estar sempre comigo.

Depois, as duas comadres, Susete e Luísa, que além de amigas incondicionais, me proporcionam a alegria sem fim de ter dois afilhados maravilhosos, a Frederica e o António.

As três companheiras sempre presentes e sempre incentivadoras, Délia, Maria e Sónia B., de quem recebo uma transmissão constante de energia positiva.

Às “sócias” Fernanda e Sónia D., que falharam a sua presença em mais esta aventura académica, mas que nunca deixaram de me apoiar e encorajar.

Aos parceiros dos trabalhos de grupo do 1º ano deste mestrado, João Luís e Sara, pela partilha de amizade e conhecimentos, “fórmula” adequada ao sucesso desta jornada.

Obrigada à restante família e a muitos outros amigos (sim, são uns quantos e sou muito grata por assim ser!), sei que sempre acreditaram que eu era capaz.

Para finalizar, e sem que estas palavras façam o devido juz à dimensão do agradecimento, um muito obrigada à minha orientadora de mestrado, Professora Doutora Maria Teresa Borges Tiago, pela ajuda, compreensão, entusiasmo, profissionalismo, rigor, sabedoria, simpatia e amizade, numa partilha natural e sem qualquer constrangimento.

Só com todos e cada um de vós este “feito” foi possível – Obrigada!

RESUMO:

O turismo é uma atividade de grande relevo económico, social e cultural. Considerando a tendência demográfica global de envelhecimento populacional, assiste-se ao emergir do mercado de turismo sénior. Porém, apesar da relevância deste segmento, não existem muitos trabalhos científicos que analisem a sua composição. É, pois, procurando mitigar este hiato que se definiu como objetivo deste trabalho analisar a dinâmica deste nicho de mercado para melhor o quantificar e qualificar. Para o efeito, foi utilizada uma base de dados sobre as preferências dos turistas europeus dos 28 estados membros da União Europeia, Turquia, Macedónia, Islândia, Noruega, Sérvia, Montenegro e Israel. No tratamento dos dados foi aplicada uma análise de cluster para identificar nichos de mercado dentro do próprio segmento que é o turismo sénior. O estudo desenvolvido permitiu encontrar quatro segmentos distintos no âmbito do segmento sénior, compostos e influenciados por diferentes parâmetros, o que confirma a importância da segmentação deste “novo mercado”. Os resultados obtidos demonstraram que existem diferentes tipos de procura e consumo seniores, informação considerada útil e essencial para a gestão e promoção dos destinos e atrações turísticas, mas que carece de maior detalhe e monitorização, sendo uma pista para futuras investigações.

Palavras-chave: Turismo de Nichos; Turismo Sénior; Segmentação Sénior; Seniores Ativos

Abstract:

Tourism has great economic, social, and cultural relevance. Considering the global demographic tendency of population aging, a senior tourism market is emerging. However, notwithstanding the importance of this segment, not many scientific studies are available that analyze its composition. Therefore, seeking to fill this gap, the main objective of this work was to analyze the dynamics of this niche market to better quantify and describe it. This study used a database on travel preferences of tourists from the 28 European Union countries, plus Turkey, Macedonia, Iceland, Norway, Serbia, Montenegro, and Israel. The data processing applied cluster analysis to identify market niches within the senior segment. The study developed four distinct segments in this market, comprising and influenced by different variables, confirming the importance of segmenting this "new market". The results demonstrated different types of senior demand and consumption, information considered essential for the management and promotion of tourism destinations and attractions, but this research should be pursued further in future studies.

Keywords: Niche Tourism; Senior Tourism; Senior Segmentation; Active Seniors

ÍNDICE

Índice	6
Lista de Tabelas	7
Lista de Figuras	8
Lista de Abreviaturas	9
Capítulo 1 – Introdução	10
Capítulo 2 – Enquadramento Teórico	12
2.1. Turismo de Nichos	12
2.2. Nicho Sénior	15
2.2.1. Evolução Demográfica.....	18
2.2.2. Características dos Seniores	21
2.2.3. Vantagens do Turismo Sénior	28
2.2.4. Barreiras do Turismo Sénior	31
Capítulo 3 – Modelo Conceptual e Hipóteses a Testar	34
Capítulo 4 – Metodologia e Tratamento dos Dados	39
4.1. Etapas do Trabalho e Amostra	39
4.2. Estatística Descritiva	40
4.3. Análise Multivariada	46
Capítulo 5 – Considerações Finais	58
Referências Bibliográficas	61
Anexos	71
Anexo I – Estrutura do Questionário	72

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Exemplos de Segmentação do Mercado Sênior	23
Tabela 2 – Constituição dos Clusters.....	47
Tabela 3 – Análise ANOVA	47
Tabela 4 – Diferença de Médias.....	49
Tabela 5 – ANOVA	54
Tabela 6 – Solução de Clusters	54

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Estrutura do Trabalho	11
Figura 2 – Modelo Conceptual.....	35
Figura 3 – Partição da Amostra Total por Género	41
Figura 4 – Partição da Amostra Total por Género e Habilitações Literárias	41
Figura 5 – Partição da Amostra Total por Ocupação Profissional	42
Figura 6 – Partição da Amostra Total por Zona Habitacional por País	43
Figura 7 – Partição da Amostra Total por Motivo para Viajar	44
Figura 8 – Partição da Amostra Total por Fontes de Informação.....	44
Figura 9 – Partição da Amostra Total por Influência da Atual Situação Económica nos Planos de Férias para 2014	45
Figura 10 – Partição da Amostra Total por Duração das Férias em 2013	46
Figura 11 – Solução Final da Análise de Clusters	48
Figura 12 – Caracterização dos Clusters face à Idade	49
Figura 13 – Partição da Amostra Sénior por Género	50
Figura 14 – Partição da Amostra Sénior por Motivo para Viajar	51
Figura 15 – Partição da Amostra Sénior por País de Origem	52
Figura 16 – Partição da Amostra Sénior por Destino de Férias em 2014	53

LISTA DE ABREVIATURAS

AARP	American Association of Retired Persons
EUA	Estados Unidos da América
OMS	Organização Mundial de Saúde
OMT	Organização Mundial de Turismo
TI	Tudo Incluído
WTTC	World Travel and Tourism Council

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

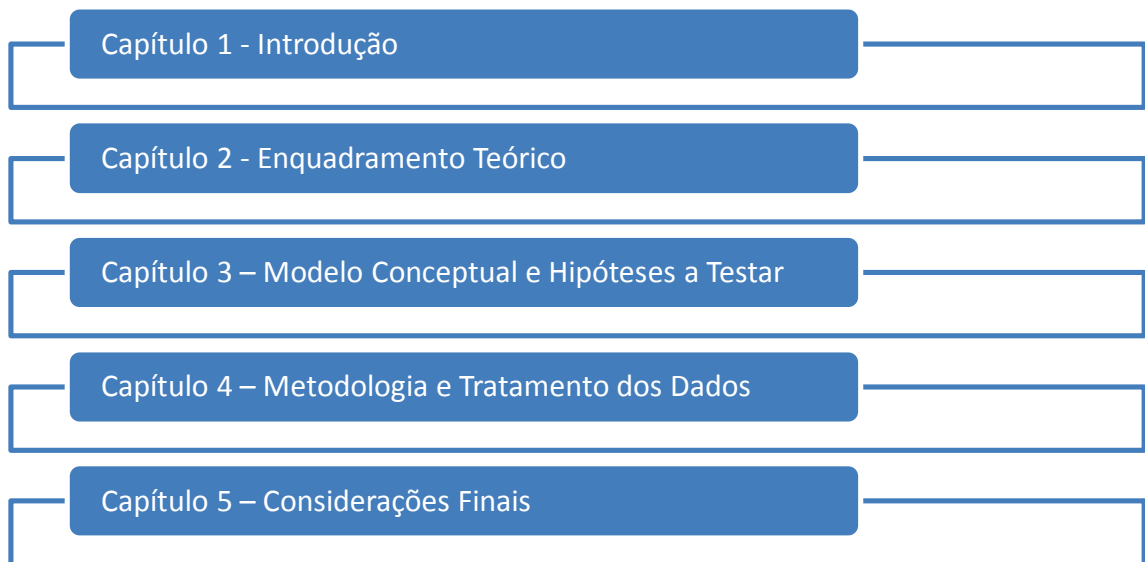
O turismo assume-se como um dos pilares do desenvolvimento económico a nível mundial. A par desta realidade, e igualmente de cariz global, o envelhecimento da população é a tendência demográfica já identificada. Deste modo, é de todo o interesse conhecer e perceber a dinâmica demográfica, a condição económica, a mobilidade, os valores e os comportamentos do novo mercado emergente, o mercado de turismo sénior.

Dado se considerar escassa a informação disponível acerca da constituição e características deste mercado, o presente trabalho procurou contribuir para um conhecimento mais aprofundado do tipo de consumo e aproveitamento do tempo de lazer dos seniores europeus, analisando o seu envolvimento no processo turístico. A análise de dados efetuada permitiu constatar a heterogeneidade do segmento de mercado sénior e, ainda, identificar subsegmentos neste mercado.

Perante a generalidade das preferências turísticas no mercado europeu, foi possível identificar diferentes perfis de turistas. Nesse âmbito mais lato, os turistas seniores compõem um segmento turístico cuja dimensão e relevância, embora já reconhecidas, carecem ainda de investigação mais detalhada, sendo o mote para este estudo. É por meio desta que se detetam, então, nichos de mercado no segmento sénior que podem ser trabalhados pelos diferentes agentes e DMOs.

Em termos de estrutura, este trabalho encontra-se dividido em cinco capítulos, como se esquematiza na figura a seguir apresentada (ver Figura 1).

Figura 1 – Estrutura do Trabalho



No primeiro capítulo é apresentado de forma sucinta o tema do estudo, assim como os objetivos que o motivaram. O segundo capítulo incide sobre a revisão da literatura considerada relevante para o trabalho. No terceiro capítulo é dado a conhecer o modelo conceptual e as hipóteses que se pretende testar. O capítulo quatro explana a metodologia adotada e o tipo de tratamento de dados efetuado. Por fim, o capítulo quinto reúne as conclusões e implicações de todo o trabalho desenvolvido.