

DEPARTAMENTO DA ÁREA DE SERVIÇOS
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO

LAIZA DA COSTA SILVA

OS BENEFÍCIOS E A PERCEPÇÃO DOS IDOSOS EM RELAÇÃO AO
TURISMO NA MELHOR IDADE

CUIABÁ-MT
2021

FOLHA DE APROVAÇÃO

OS BENEFÍCIOS E A PERCEPÇÃO DOS IDOSOS EM RELAÇÃO AO TURISMO NA MELHOR IDADE

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso
– Campus Cuiabá - como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

BANCA EXAMINADORA



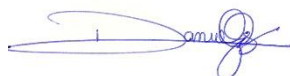
Profa. Ma. Rejane Pasquali

(Orientadora – IFMT)



Profa. Dra. Alini Nunes de Oliveira

(Examinadora Interna – IFMT)



Prof. Dr. Daniel Fernando Queiroz Martins

(Examinador Interno - IFMT)

Data: 29/07/2021

Resultado: Aprovada.

OS BENEFÍCIOS E A PERCEPÇÃO DOS IDOSOS EM RELAÇÃO AO TURISMO NA MELHOR IDADE

Laiza da Costa Silva¹

Orientadora: Profa. Ma. Rejane Pasquali²

RESUMO

O lazer para a melhor idade, dentro do âmbito turístico, é devidamente reconhecido como um segmento turístico mercadológico, compreendendo a especialização, formatação, promoção, venda e consequente oferta de produtos e serviços turísticos destinados à atender este público em específico. Este estudo de caso tem por objetivo identificar os benefícios e a perspectiva que a prática do turismo proporciona aos idosos pertencentes às famílias dos discentes do sexto semestre do Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso, deste modo, busca-se compreender as características e especificidades do turismo para a melhor idade, identificar o perfil dos idosos e verificar a perspectiva dos idosos quanto à equipamentos e serviços turísticos. É uma pesquisa quali-quantitativa e de natureza exploratória. Como resultados, verifica-se a perspectiva dos idosos para os benefícios do turismo e como estes qualificam determinados equipamentos e serviços da estrutura turística enquanto viajam. Com os resultados, foi possível verificar a perspectiva da melhor idade referente aos equipamentos e serviços oferecidos através dos meios de hospedagens. Verificar-se que, à satisfação geral em relação aos meios de hospedagem, possuem uma média de 11,33% de satisfação acima das expectativas, podemos analisar, que os já a média dos itens considerados dentro da expectativa salta para 44,16%. É importante salientar que os dados demonstram uma perspectiva ainda preocupante por parte dos respondentes em relação à quanto os serviços oferecidos precisam de melhoria, o valor médio para esses itens chega a 30,86% de necessidade de melhoria.

Palavras-chave: Lazer; Turismo da Melhor Idade; Qualidade de vida; Cuiabá; Serviços turísticos.

ABSTRACT

Leisure for the elderly, within the tourism sphere, is duly recognized as a market tourism segment, comprising specialization, formatting, promotion, sale and consequent offer of tourism products and services focused in serving this specific public. This case study aims to identify the benefits and perspective that the practice of tourism provides to the elderly belonging to the families of students of the sixth semester of the Bachelor of Tourism Course at the Federal Institute of Mato Grosso, thus, it seeks to understand the characteristics and specificities of tourism for the elderly, identify the profile of the elderly and verify the perspective of the elderly regarding tourism equipment and services. It is a qualitative-quantitative and exploratory research. As a result, the perspective of the elderly regarding the benefits of tourism and how they qualify certain equipment and services of the tourist structure while they're traveling is verified. Verifying that, in terms of general satisfaction with the means of accommodation, they have an average of 11.33% satisfaction above expectations, we can analyze that the average of items considered within the expectation jumps to 44.16%. It is

¹ Graduanda do Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá Cel. Octayde Jorge da Silva. db.freire@terra.com.br

² Professora Orientadora. Professora do Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá Cel. Octayde Jorge da Silva. rejane.pasquali@cba.ifmt.edu.br

important to point out that the data show a still worrying perspective on the part of the respondents in relation to how much the services offered need improvement, the average value for these items reaches 30.86% of need for improvement.

Keywords: Leisure; Elderly Tourism; Quality Of Life; Cuiabá; Tourist Services.

INTRODUÇÃO

O Turismo no Brasil ocorre nas mais diversas segmentações. É uma atividade econômica que movimenta bilhões de reais anualmente e em 2019 a participação do Turismo no PIB (Produto Interno Bruto) chegou a cerca de R\$ 270 bilhões, número esse que, em decorrência da pandemia do Covid-19 (Sars-CoV-2), declarada em meados de março de 2020, acarretou um decréscimo de cerca de 32,6% do PIB do Turismo no Brasil no ano de 2020, em relação ao ano anterior.

A pandemia do Covid-19 (Sars-CoV-2) gerou instabilidade nos mais diversos setores, inclusive para o Turismo. Como uma possibilidade de lazer, o Turismo poderá demorar um pouco mais para entrar nos eixos novamente e ter a sua plena retomada, haja visto as prioridades de um modo geral, no cotidiano do brasileiro, a insegurança frente ao vírus, a vacinação ainda em passos lentos, a crise econômica gerada que acarretou em demissões e fechamento de diversas empresas.

Conforme já visto por Abraham Maslow, em sua publicação na qual propõe a pirâmide hierárquica das necessidades humanas, publicada ainda no ano de 1943, o lazer pode ser configurado como uma necessidade psicológica secundária, tal qual a social e a estima e, ainda, como uma forma de autorrealização. As viagens à lazer, sobretudo para o público da melhor idade, poderá demorar ainda mais para serem realizadas.

O lazer para a melhor idade, dentro do âmbito turístico, é devidamente reconhecido como um segmento turístico mercadológico, compreendendo a especialização, formatação, promoção, venda e consequente oferta para a compra de produtos e serviços turísticos destinados à atender este público em específico. O segmento turístico da melhor idade, é crescente não só no Brasil, mas no mundo como um todo. Atualmente, com uma maior expectativa de vida e maiores possibilidades de desfrutar de sua aposentadoria e, ainda, com a maior integração e imersão às tecnologias existentes, o decréscimo do receio quanto ao uso destas e, a liberdade perante até mesmo o incentivo de familiares, permite que os idosos possam deixar de serem vistos como apenas pessoas ociosas e que ficam somente no seu âmbito domiciliar, passando à caracterizar-se como possíveis turistas em potencial.

Este estudo de caso tem por objetivo identificar os benefícios que a prática do Turismo proporciona aos idosos pertencentes às famílias dos discentes do sexto semestre do Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso. Buscando alcançar este objetivo, determinou-se como objetivos específicos:

- Compreender as características e especificidades do Turismo para a melhor idade;
- Identificar o perfil dos idosos e;
- Verificar a perspectiva dos idosos quanto à equipamentos e serviços turísticos;

A importância em compreender os benefícios que o Turismo pode proporcionar à esse público, considerando suas necessidades e desejos, impulsiona esta pesquisa. O Turismo da Melhor Idade é uma segmentação de mercado ainda que aplicada e existente, pouco explorada, uma vez que apresenta um perfil de consumo diferente dos demais, podendo ser absorvido estrategicamente pelo mercado turístico, possibilitando não só o desenvolvimento local aos quais os atrativos turísticos façam parte, mas, proporcionando todas as experiências inerentes à atividade turística à este público em específico.

Esta pesquisa caracteriza-se como uma pesquisa de natureza qualitativa-quantitativa, pois segundo Richardson (2017), a pesquisa qualitativa pode ser caracterizada como “a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos” e, neste momento, sendo complementada com a pesquisa quantitativa, pois “a pesquisa quantitativa é caracterizada pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas”.

De modo a corroborar com Gil (2008), esta pesquisa é classificada como exploratória, pois busca compreender as nuances e especificidades de uma temática ainda pouco estudada no que diz respeito ao objeto de pesquisa delimitado. Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis (GIL, 2008, p. 27).

Viabilizando a pesquisa e a coleta de dados, em decorrência da pandemia do COVID-19 (Sars-CoV-2), fez-se uso de questionários disponibilizados via ferramenta online de coleta de dados (*Google Forms*), sendo assim, caracterizando-a como uma pesquisa com o uso de amostragem por acessibilidade, que conforme Gil (2008) “o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo”, a distribuição dos links foi efetivada via aplicativo de mensagens (*WhatsApp*) para que os idosos que possuíam parentesco com os discentes do sexto semestre do Curso de Bacharelado em

Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso pudessem responde-los. Definem-se os questionários, ainda conforme Gil (2008) como “a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento [...]”. Os questionários utilizados nesta pesquisa caracterizam-se como auto aplicados, sendo fornecidos aos respondentes por escrito (online) de modo a zelar por sua segurança.

1. TURISMO, QUALIDADE DE VIDA E LAZER NA MELHOR IDADE

O Turismo serve como um agente de interação e de interrelações entre as pessoas e faz com que os indivíduos tenham diversas experiências diferentes das vivenciadas no cotidiano. O destino turístico oferta atrativos diversos promovendo interação com o meio visitado, ou seja, o turista passa a conhecer a cultura do destino como os hábitos e costumes de uma região em um ambiente coletivo e, muitas vezes, festivo. Essa atividade proporciona bem estar, pois, é acompanhada de novidades como passeios e visitas aos atrativos turísticos naturais e/ou culturais, proporcionando alegria, descontração e momentos de interação com o meio, desta forma, retirando da mente lembranças e sentimentos desagradáveis que possam estar presentes no cotidiano (ASHTON et al, 2015, p. 555).

A longevidade associada à melhoria da qualidade de vida demanda o consumo de bens e serviços especializados que possam proporcionar uma vida mais ativa e prazerosa. Neste sentido, já é possível identificar algumas manifestações que demonstram que as atividades turísticas estão relacionadas a um bem viver diante do envelhecimento que não é só de ordem orgânica e ética, mas estética. Esta última traduzida muito mais no sentido mais no prazer, no desejo do estar-junto, no sentimento de pertença aos pequenos grupos do que a própria relação beleza e forma (ASHTON et al, 2015, p. 549).

Teixeira (2008, p.83) consideram o envelhecimento bem sucedido como uma “meta pessoal, continuamente modificada no curso da vida”. A fragilidade e o envelhecimento bem sucedido são condições multifatoriais, multidimensionais e opostas que interferem nas atividades de lazer. Envelhecimento bem sucedido seria o processo de estar saudável e ativo, considerando-se as dimensões física, cognitiva e social; porém, “fragilidade seria um estado caracterizado por problemas psicossociais e diminuição de saúde” (TEIXEIRA, 2008, p. 89).

O Estatuto do Idoso – Lei nº 10.741 de 1 de outubro de 2003, define o idoso como uma pessoa com idade igual ou superior a 60 anos e, tem por objetivo assegurar os direitos sociais do idoso, criando condições para promover sua autonomia, integração e participação efetiva na sociedade. Como forma de valoração do idoso, algumas denominações foram propostas na tentativa de desvincular esse grupo da imagem de vulnerabilidade e fragilidade, tal qual “terceira idade” e, posteriormente, “melhor idade”.

uma expressão comumente utilizada para definir o idoso é melhor idade, expressão que se popularizou com rapidez no vocabulário brasileiro; mais do que referência a uma idade cronológica, é uma forma de tratamento das pessoas idosas. O termo “melhor idade” representa uma fase da vida em que o indivíduo pode aumentar suas possibilidades de realizar concessões para si e fazer, sem culpas, coisas que não teve oportunidade de realizar anteriormente, devido às obrigações impostas pela idade adulta (SOUZA et al, 2006, p. 2).

É imprescindível considerar do que trata o Art. 20º do Estatuto do Idoso, que afirma que “o idoso tem direito a educação, cultura, esporte, lazer, diversões, espetáculos, produtos e serviços que respeitem sua peculiar condição de idade” (BRASIL, 2003), ou seja, o direito ao lazer é garantido por lei para essa população, além de diversão, espetáculos e esporte. Segundo Mota (2005), o lazer possui como funções fundamentais oferecer a possibilidade de liberação da fadiga pelo descanso e recuperação físicos, além de oferecer também a possibilidade de liberação da monotonia do cotidiano, gerada pela repetição das tarefas e da sua obrigatoriedade superando-as através do divertimento. Outra função é permitir uma livre superação do indivíduo, promovendo o desenvolvimento da personalidade, sociabilidade e o poder de criação do mesmo.

O lazer, atualmente, não é mais visto como um luxo, ele é agora considerado uma necessidade. O tempo livre não é mais fator determinante para as viagens, as pessoas viajam para ter acesso à cultura, informação, atualização, lazer e, de certa forma, status. Nesse sentido o turismo na melhor idade tem sido promovido e incentivado não apenas como forma de lazer, mas também como um meio de inclusão social do idoso e para melhoria da sua qualidade de vida (CARVALHO et al, 2009, p. 02).

Ao longo dos anos, o próprio lazer passou a ser considerado como um bem de consumo, através do processo de criação de equipamentos e atividades específicas para esta finalidade. Para Júnior (2005), o grande número de atividades existentes surgidas através do lazer, e que estão disponíveis atualmente, o turismo é certamente um ícone substancial com uma imensa importância no contexto social. O Turismo é uma das diferentes formas de lazer que podem ser praticadas. Ele propicia o atendimento das necessidades humanas de aventura, de descoberta,

de movimento, de apreciação da natureza e a satisfação das ambições estéticas do homem, perpetuando a tradição, o folclore e as artes no país e fora dele (SOUZA et al 2006, p. 02).

O Turismo, para Nascimento (2016) apresenta características que gera benefícios para a melhor idade, é através desses benefícios que essa atividade viabiliza possíveis melhorias para a saúde física, mental e emocional. É notável que a prática desta atividade tem contribuído muito no desenvolvimento social e pessoal dos idosos que a praticam, uma vez que possibilita a socialização dos idosos com um mundo de novas experiências e possibilidades.

O Turismo se tornou uma manifestação da cultura, pois esse fenômeno está relacionado com as viagens que possuem característica de promover qualidade de vida. Neste sentido, tendo como base as pesquisas estudadas, a importância do Turismo para a melhor idade se caracteriza como: a manutenção da saúde física e mental, a descoberta de novas amizades, lugares, culturas e ainda, novas oportunidades para vivenciar novas experiências de vida, que se tornarão inesquecíveis. É necessário atentar-se à elaboração de produtos turísticos direcionados para este público em específico, pois estes necessitam de atenção adequada e, em alguns casos, cuidados especiais são requeridos, como a oferta de serviço de cuidador/acompanhante, quando familiares não podem fazer-se presentes.

O Turismo para a melhor idade no Brasil, segundo Carvalho et al (2009), partiu de uma iniciativa de cunho social, por entidades como o Serviço Social do Comércio (SESC) e os Clubes da Melhor Idade, buscando envolver os idosos em atividades de lazer e recreação, ocupando o tempo livre e estimulando a convivência.

Nas palavras de Souza et al (2006) os idosos estão preferindo programas turísticos com muita dança e música, pois, esta prática traz inúmeros benefícios à essas pessoas. Programas de cunho ecoturístico são uma alternativa, haja visto que a natureza transmite sensação de tranquilidade e descanso. Programas destinados à atender este público carecem de especialização no atendimento, proporcionando experiências com tratamento diferenciado, respeitando as limitações individuais dos idosos. Como exposto, entender e atender bem esse público torna-se mutuamente benéfico, à medida que, atendendo de modo qualificado e especializado e ainda, auxiliando os idosos, as empresas conquistam esse público-alvo, tido como promissor pertencentes à um segmento ainda pouco explorado (MOURA et al., 2017, p. 243).

A adequação dos pacotes turísticos é precisamente necessária, para conhecer as expectativas que os idosos desenvolvem antes e depois de viajarem. Esse cliente precisa ter a disposição nos passeios turísticos um profissional da área da saúde para atender suas particularidades. Temos como tendência o crescimento do Turismo para a melhor idade, que

vem tornando-se conhecido como um bem superior à saúde, com isso, novas propostas mercadológicas surgem.

Como estratégia mercadológica, no ano de 2013, o governo brasileiro criou o Projeto Viaja Mais Melhor Idade para homens e mulheres com idade a partir de 60 anos. O programa de incentivo possui como objetivo, proporcionar que estas pessoas viajem com preços reduzidos, fomentando o Turismo, aumentando as ocupações turísticas e ainda, a lucratividade no setor turístico durante a sazonalidade turística dos atrativos. Partindo de uma iniciativa do Ministério do Turismo (MTur) que facilitou e estimulou brasileiros a viajarem nos períodos de baixa ocupação, sua primeira edição ocorreu no ano de 2007 e até o ano de 2010, contou cerca de 600 mil pacotes turísticos vendidos, gerando mais de R\$ 531 milhões. Em sua segunda edição, entre os anos de 2013 e 2015, foram oferecidas 500 ofertas para 95 destinos turísticos brasileiros (VMMI, 2021).

O setor do Turismo deve, evidentemente, oferecer aos turistas qualidades em seus produtos e serviços, mas, no atendimento ao segmento da melhor idade, as ações para promoção da qualidade de serviços assumem significativa relevância (SOUZA et al, 2006, p. 76). Alguns fatores básicos para melhor atender os turistas idosos são: a segurança do idoso, para este possa melhor aproveitar sua viagem e sentir-se seguro; acessibilidade, é fundamental em todos os lugares, sobretudo os especializados em atendimento ao público da melhor idade. Alguns equipamentos de segurança são necessários tais como: corrimão, símbolos interpretativos e de fácil compreensão, elevadores e iluminação adequada e, deve-se compreender que a equipe de prestadores de serviço deve ser qualificada para atender e prestar auxílio à esse público.

2. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

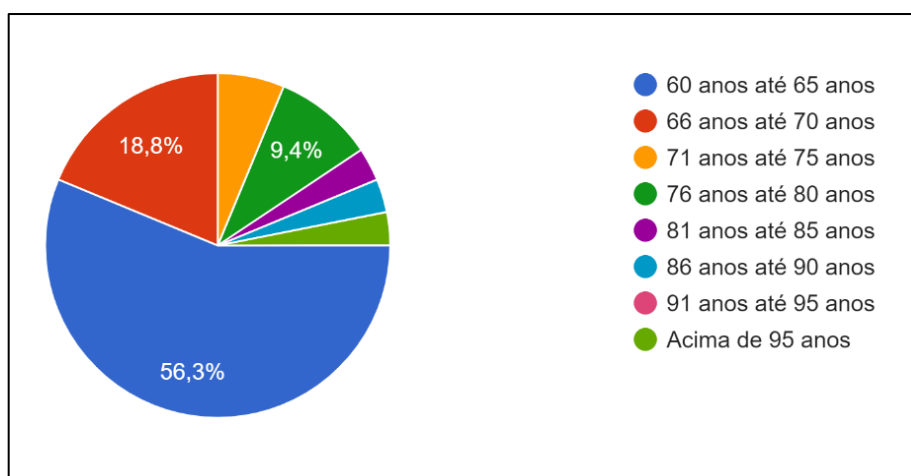
Torna-se importante frisar que conforme metodologia adotada, em decorrência do atual período de pandemia vivenciado, a abordagem de coleta de dados foi realizada à distância (online). Para a obtenção dos dados, o link de acesso ao formulário do *Google Forms* fora fornecido via aplicativo de mensagens (*WhatsApp*) para os discentes do sexto semestre Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso. É importante ainda, considerar que, os respondentes utilizaram-se do auxílio de seus familiares para responder aos questionamentos, seja por dificuldade na utilização correta das TICs (Tecnologia de Informação e Comunicação) e/ou para que pudesse elucidar uma resposta coesa para determinado questionamento. É importante ressaltar que através do Google Forms foi alcançado mais avós,

pais e tios de alunos do Instituto Federal de Mato Grosso. O total de respondentes para essa pesquisa científica foi compreendido em uma amostra de 32 pessoas.

2.1 Análise do Perfil Socioeconômico

O total de respondentes do sexo masculino equivale a 21,9% (7) enquanto que o sexo feminino representa 78,1% (25), compreendendo uma amostra de 32 respondentes. Destes, 56,3% possuem idade entre 60 a 65 anos, seguido de 18,8% entre 66 e 70 anos. Entre os respondentes, 9,4% (3) possuem idade entre 76 e 80 anos. Apenas 1 (3,1) respondente corresponde à faixa etária acima de 95 anos de idade, conforme Gráfico 1.

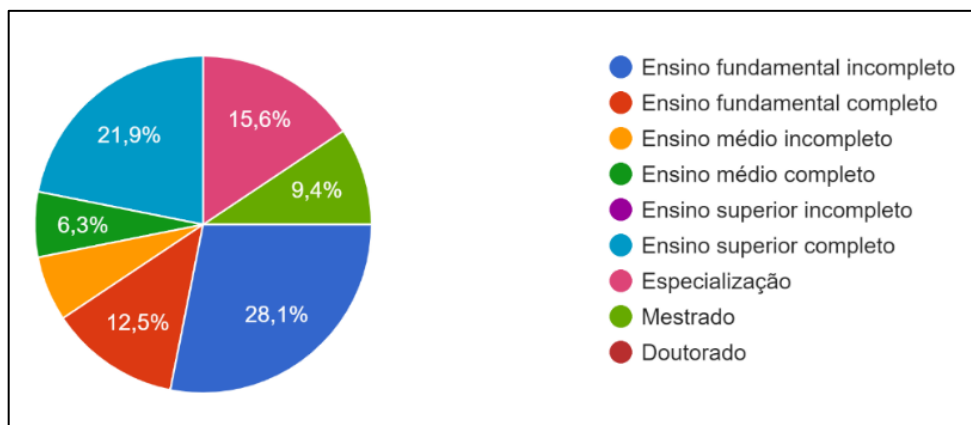
Gráfico 1: Faixa etária dos respondentes



Fonte: A própria autora, 2021.

No que tange à escolaridade dos respondentes, constatou-se uma diversidade de instrução, sendo melhor expressa no Gráfico 2, onde pode-se visualizar que ocorre certa incidência, sobretudo, entre os graus de instrução de ensino fundamental incompleto (28,1%), em contraste, o ensino superior completo compreende 21,9% (7 respondentes), aproximadamente 15,6%, ou seja, 5 pessoas possuem grau de especialização. Da amostra, apenas 3 respondentes possuem titulação de mestrado, enquanto que, nenhum possui grau de doutorado.

Gráfico 2: Nível de escolaridade

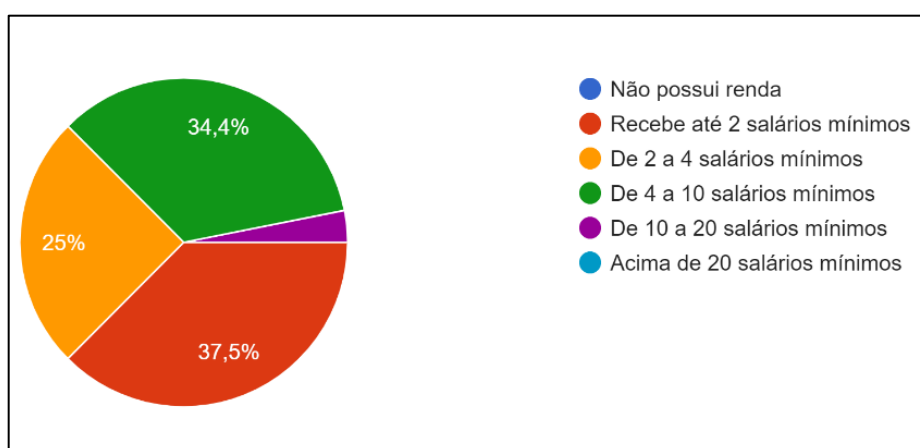


Fonte: A própria autora, 2021

Em relação ao estado civil dos respondentes, $\frac{1}{4}$ dos respondentes (8) são viúvos(as), enquanto que 46,9% (15 pessoas) são atualmente casados. Os casados compreendem 9,4% dos respondentes e os solteiros somam aproximadamente 15,6%.

A renda mensal concentra-se entre a faixa salarial entre 2 até 10 salários mínimos. A faixa salarial dos respondentes pode ser melhor observada no Gráfico 3, onde é possível constatar que 34,4% das pessoas possuem salários entre 4 a 10 salários mínimos, com renda mensal entre 2 e 4 salários mínimos, somam-se 8 pessoas (25%) e para uma maior parcela dos respondentes, constata-se que estes, recebem até dois salários mínimos mensais, totalizando 37,5% da amostra.

Gráfico 3: Renda mensal



Fonte: A própria autora, 2021.

Com base nos gráficos 2 e 3, torna-se possível analisar, que, apesar da incidência de baixo nível de instrução em 28,1% (ensino fundamental incompleto), há um equilíbrio entre aqueles que possuem nível de instrução de grau superior ou ainda, de especialização, podendo assim, justificar a faixa salarial constatada no Gráfico 3, onde uma parcela considerável (34,4%

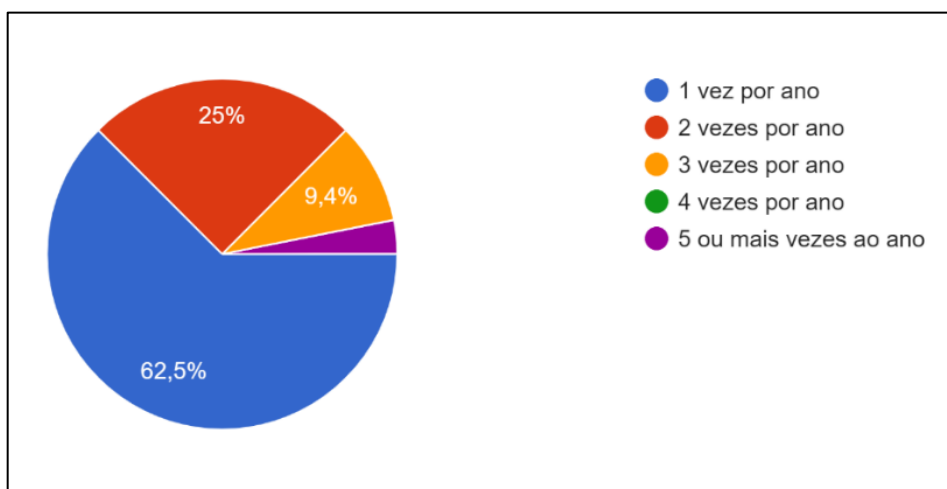
e 25%, respectivamente) possuem renda mensal entre 4 e 10 salários mínimos e 2 a 4 salários mínimos.

2.2 Análise do perfil do viajante

De modo a buscar compreender os desejos e anseios dos idosos respondentes à pesquisa, fez-se necessário a coleta de dados de modo a formatar o seu perfil como viajante. Questionamentos direcionados foram abordados como a frequência de viagem, a forma como estas são organizadas, o meio de transporte utilizado, entre outros.

Para entender o desejo e/ou necessidade de viajar, obteve-se, por meio das respostas dos idosos que 90,6% dos respondentes, isso é, 29 idosos gostam de viajar, enquanto que apenas 3 idosos, ou 9,4%, não gostam. O Gráfico 4, explicita que a maior parcela dos respondentes viaja ao menos uma vez ao ano (62,5%), em seguida, os que viajam 2 vezes ao ano somam 25% dos respondentes. Cerca de 9,4% viajam 3 vezes ao ano, enquanto que apenas 1 respondente, ou 3,1%, viaja 5 vezes ou mais por ano. Todos os valores são subentendidos como dados pré-pandemia, ou seja, desconsiderando o período de pandemia entre 2020 e 2021.

Gráfico 4: Frequência de viagem



Fonte: A própria autora, 2021.

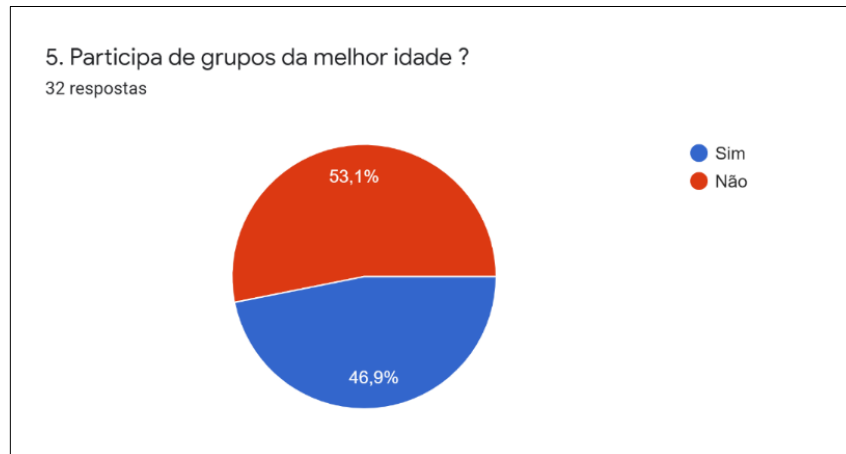
Desta frequência de viagem, o modo com o qual os idosos realizam suas viagens, divide-se sobretudo entre àqueles que viajam com familiares/parentes (78,1%), seguido de 12,5% e 9,4%, que viajam com amigos e sozinhos, respectivamente.

A organização das viagens, por sua vez, é realizada pelos próprios respondentes em metade dos casos, sendo que 28,1% são organizadas por familiares e 15,6% são intermediadas por agências de viagem. De modo a compreender a participação dos idosos em Grupos da Melhor Idade, questionou-se ainda, se suas viagens eram organizadas por este Grupo, apenas 2 respostas foram afirmativas. Ainda, de modo a entender como dá-se o acompanhamento destes idosos, todos foram questionados se participavam de Grupos da Melhor Idade e, se participavam, se estes faziam uso de serviço do profissional Guia de Turismo na condução de suas atividades. O Gráfico 5, abaixo, exprime as respostas obtidas através dos questionários.

Desta frequência de viagem, o modo com o qual os idosos realizam suas viagens, divide-se sobretudo entre àqueles que viajam com familiares/parentes (78,1%), seguido de 12,5% e 9,4%, que viajam com amigos e sozinhos, respectivamente.

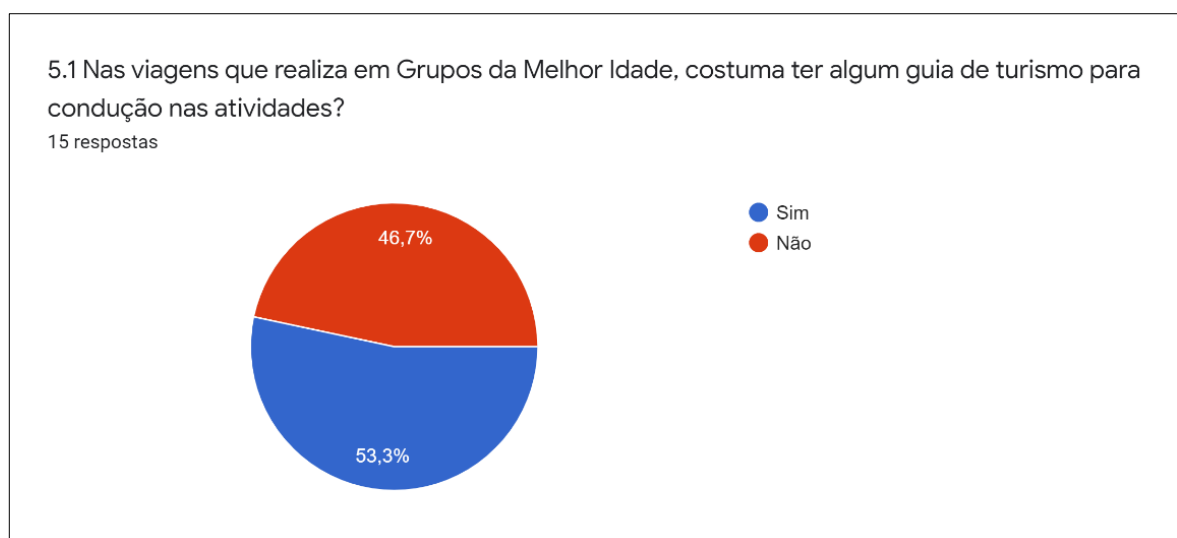
A organização das viagens, por sua vez, é realizada pelos próprios respondentes em metade dos casos, sendo que 28,1% são organizadas por familiares e 15,6% são intermediadas por agências de viagem. Para compreender a participação dos idosos em Grupos da Melhor Idade, questionou-se ainda, se suas viagens eram organizadas por este Grupo, apenas 2 respostas foram afirmativas. Ainda, de modo a entender como dá-se o acompanhamento destes idosos durante suas viagens, todos foram questionados se participavam de Grupos da Melhor Idade e, se participavam, se estes faziam uso do serviço de profissional Guia de Turismo, na condução de suas atividades. Os Gráficos 5 e 5.1, abaixo, demonstram as respostas obtidas para os questionamentos supracitados:

Gráfico 5: Participação em Grupos da Melhor Idade



Fonte: O próprio autor, 2021.

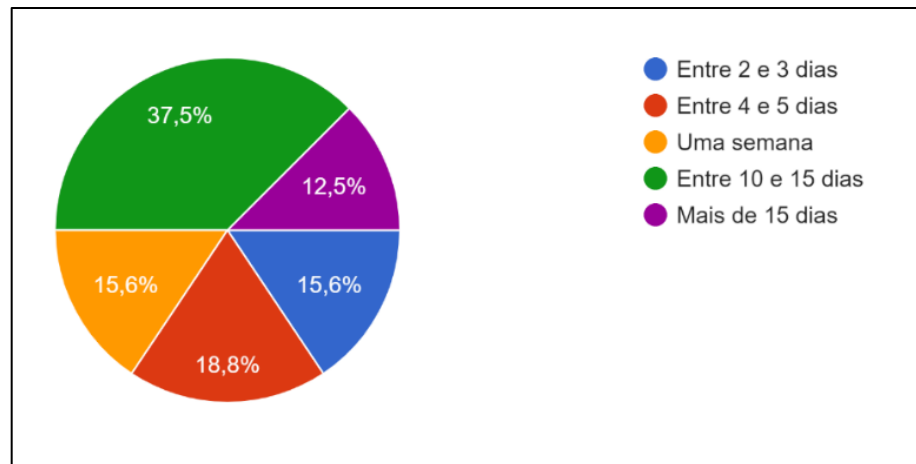
Gráfico 5.1: Membros de Grupos da Melhor Idade que utilizam serviço do profissional Guia de Turismo



Fonte: O próprio autor, 2021.

É importante ainda, compreender a forma com a qual os idosos deslocam-se até os destinos turísticos escolhidos por estes. Através da pesquisa, constatou-se que 46,9% dos respondentes prefere viajar de avião, enquanto que 34,4% e 18,8% optam pelo transporte de ônibus e carro, respectivamente. Neste sentido, o período em que permanecem em viagem, divide-se de tal modo que, 50% destes idosos preferem viajar por pelo menos 10 dias, conforme Gráfico 6.

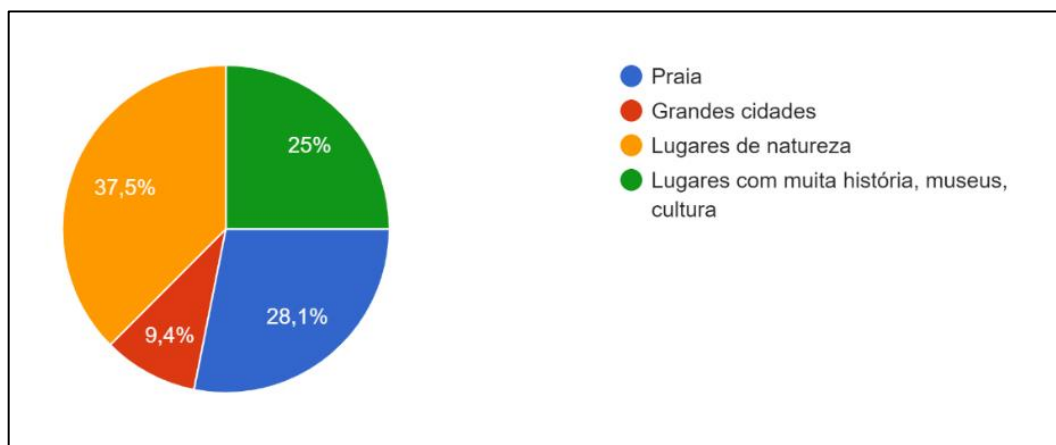
Gráfico 6: Período de permanência em viagem



Fonte: A própria autora, 2021.

Em sua maioria, as viagens possuem custo e podem ser ou não custeadas pelos viajantes, neste caso, pelos idosos. Para compreender o modo com o qual as viagens ocorrem e são custeadas, questionou-se aos participantes como estas seriam pagas. Entre os respondentes, 71,9% afirmaram que custeiam suas próprias viagens, 18,8% contam com ajuda dos familiares para arcar com parte de suas despesas e, apenas 9,4% disseram ser totalmente custeados por familiares. É afirmado, ainda, por 37,5% dos respondentes que a preferência de locais a serem visitados nestas viagens, são por lugares de natureza (ecoturismo), em sequência 9 respondentes preferem visitar lugares de praia (Turismo de sol e praia). O Turismo Cultural por sua vez, é afirmado como preferência de 25% dos respondentes, os quais afirmaram que preferem visitar lugares por sua história e cultura. Uma pequena parcela (9,4%), optam por visitar grandes centros em suas viagens, o que pode ser observado no Gráfico 7.

Gráfico 7: Preferência de lugares à serem visitados



Fonte: A própria autora, 2021.

Nos locais visitados (destinos turísticos), metade dos idosos preferem visitar museus e conhecer a cultura e história do local que visitam (37,5%) e, ainda, participar de festas e bailes, com música e dança (12,5%). Na perspectiva respondentes, em relação ao que é proporcionado pelas viagens, 71,9% gostam de conhecer novos lugares, enquanto que 25% (8 idosos) optam pela viagem como um escape da sua rotina. A Figura 1, expressa os sentimentos e sensações mais recorrentes entre os respondentes quando questionados sobre como estes se sentem durante a realização de uma viagem.

Figura 1: Nuvem de sentimentos e sensações nas viagens



Fonte: A própria autora, 2021.

2.3 Análise da satisfação em relação aos equipamentos e serviços turísticos

Para que a pesquisa pudesse alcançar e procurar entender a perspectiva dos idosos em relação à estrutura de produtos e serviços turísticos, foram implementadas questões que aguçavam o sentimento no qual os mesmos vivenciaram quando em viagem. Desta forma, a análise de satisfação da estrutura de oferta turística, engloba equipamentos como meios de hospedagem, aeroportos, companhias aéreas e aeronaves, ônibus e empresas de transporte, táxi ou sistema de aplicativo (Uber/99/outros) e da prestação de serviço do profissional Guia de Turismo.

Abaixo, o Quadro 1 relaciona todos os valores obtidos a partir da coleta de dados por parte dos respondentes, mostrando o seu percentual de satisfação com cada item e critério, dispostos entre: acima das expectativas; dentro das expectativas; precisa de melhorias; abaixo das expectativas ou; não usei este serviço.

Quadro 1: Índice de satisfação dos equipamentos e serviços turísticos

Equipamento ou serviço turístico	Item/Critério	Acima das expectativas*	Dentro das expectativas*	Precisa de melhorias*	Abaixo das expectativas*	Não usei este serviço*
Meios de hospedagem	Atendimento	9,4	43,8	34,4	-	12,5
	Estrutura	3,1	50	34,4	-	12,5
	Restaurante	12,5	37,5	37,5	-	12,5
	Banheiros	3,1	50	31,3	9,4	6,3
	Camas	12,5	43,8	28,1	3,1	12,5
	Áreas de lazer	21,9	50	15,6	-	12,5
	Segurança	18,8	31,3	40,6	-	9,4
	Acessibilidade	9,4	46,9	25	6,3	12,5
Aeroportos	Atendimento	9,4	56,3	18,8	3,1	12,5
	Estrutura do Aeroporto	9,4	37,5	37,5	3,1	12,5
	Acessibilidade	6,3	40,6	28,1	6,3	18,8
Companhias Aéreas e Aeronaves	Atendimento	9,4	50	21,9	-	18,8
	Conforto	6,3	53,1	21,9	-	18,8
	Segurança	9,4	50	21,9	-	18,8
	Acessibilidade	9,4	37,5	28,1	3,1	21,9
Ônibus e empresas de transporte	Atendimento	9,4	37,5	21,9	3,1	28,1
	Conforto	9,4	28,1	28,1	6,3	28,1
	Segurança	9,4	31,3	28,1	3,1	28,1
	Acessibilidade	9,4	34,4	21,9	6,3	28,1
Táxi ou sistema de aplicativo (Uber/99/outros)	Atendimento	6,3	43,8	28,1	-	21,9
	Conforto	9,4	43,8	25	-	21,9
	Segurança	9,4	34,4	31,3	3,1	21,9
	Acessibilidade	9,4	40,6	25	3,1	21,9
Guia de Turismo	Atendimento	9,4	37,5	9,4	-	43,8

*Todos os valores são expressos em percentual (%). O hífen expressa valores nulos (0).

Fonte: A própria autora, 2021.

Com base nas informações coletadas e dos dados quantificados por meio do preenchimento dos formulários, é possível verificar que, no que diz respeito à satisfação geral em relação aos meios de hospedagem, os itens possuem uma média de 11,33% de satisfação acima das expectativas. Já a média dos itens considerados dentro da expectativa salta para 44,16%. É importante salientar que os dados demonstram uma perspectiva ainda preocupante por parte dos respondentes em relação à quanto os serviços oferecidos precisam de melhoria, o valor médio para esses itens chega a 30,86% de necessidade de melhoria, em contrapartida, a média de insatisfação (abaixo das expectativas) é de somente 2,35%, enquanto que o valor médio para aqueles que não utilizam os serviços é de 11,33%. O número médio da perspectiva de necessidade de melhoria por parte dos respondentes demonstra que os empreendimentos de meio de hospedagem devem considerar solicitar e claro, analisar o feedback dos hóspedes, buscando por melhorias em seus serviços.

De modo similar, a satisfação em relação aos itens/critérios dos aeroportos, manteve-se com uma média positiva elevada de 8,62% para àqueles que consideraram acima da expectativa, 46,1% a média para os serviços prestados pelos aeroportos são considerados dentro das expectativas, um número elevado e que supera a média de 26% (26,57%) consideram que de um modo geral, os serviços precisam de melhorias, cerca de 3% afirmaram que os serviços oferecidos encontraram-se abaixo das expectativas (percentual médio) e cerca de 15% não utilizaram nenhum serviço aeroportuário.

As companhias aéreas e suas aeronaves foram analisadas com base no percentual de satisfação e seus valores médios relacionados. A média de pessoas que demonstram que sua experiência superou as expectativas deste tipo de serviço é de 8,62%, enquanto que aqueles que sentiram que os serviços estavam dentro do parâmetro pessoal e que estavam dentro de suas expectativas foi de 47,65%. Para àqueles que ponderam que os serviços, de uma maneira geral, necessitam de melhoria, esse valor cai para 23,45%. De maneira isolada, apenas a acessibilidade foi considerada deficitária, havendo valor único total de 3,1% e média de 0,77% quando relacionada com os outros serviços. Dos respondentes, a média daqueles que não utilizaram de serviços e transporte aéreos, a média é de aproximadamente 19,57%.

Mantendo as características observacionais e analíticas dos serviços anteriores, as empresas de ônibus e transporte, dentre os seus itens, mantiveram uma média de 9,4% para aqueles que consideram seus serviços acima da expectativa, 32,82% afirmam que os serviços oferecidos e prestados estavam dentro da expectativa, 1/4 ou seja, 25% dizem que os serviços necessitam de melhorias, apenas 4,7% pontos médios indicam uma insatisfação (abaixo da

expectativa) e cerca de 28,1% somam àqueles que não utilizaram os serviços oferecidos por empresas de ônibus e transporte (terrestre).

Os valores médios de satisfação de produtos ou serviços de táxi (táxi, uber, 99 e outros), utilizados para o deslocamento nos destinos turísticos firmaram seus valores médios em 8,62% para o critério considerado acima das expectativas, 40,65% é a média daqueles que explicitam de que os serviços couberam dentro de suas expectativas, 27,35% que é um valor ainda elevado, é para aqueles que consideram que, de um modo geral, os serviços oferecidos necessitam de melhorias. Cerca de 1,55% se demonstraram insatisfeitos (abaixo das expectativas) e de modo a dissolver os valores médios em termos gerais, cerca de 21,9% das pessoas não utilizaram os serviços de transporte local (táxi, Uber, 99 e outros).

Em linhas gerais, para o profissional Guia de Turismo, verificou-se apenas o quesito atendimento, sendo plausível de atenção especial o número de pessoas que não utilizaram o serviço deste profissional (43,8%), demonstrando uma possível falta de profissionais locais disponíveis e/ou a não-necessidade do serviço oferecido por este profissional. É importante declarar que, o profissional Guia de Turismo, ainda que ocasionalmente solicitado, é o profissional autorizado e licenciado (CADASTUR) para atuar nos atrativos turísticos, de modo a complementar e enriquecer a experiência do visitante e/ou turista.

Em valores médios totais, considerando todos os itens/critérios que compõe a estrutura de equipamentos ou serviços turísticos, a amostra correspondente (32 idosos), cerca de 9,65% destes, informaram que de fato, suas expectativas foram superadas, outros 42,07% disseram que de um modo geral, suas expectativas foram alcançadas, em contrapartida à esses números, aproximadamente 26,82% dos respondentes enfatizaram que os serviços investigados necessitam de melhorias para que possam ser melhor atendidos quando em processo de visitação, dos serviços mensurados, apenas 2,47% declararam que suas expectativas não foram satisfeitas, então é de considerar que sua experiência tenha sido negativa naquele momento, contudo, do volume total de respondentes e, considerando a média total dos serviços investigados, cerca de 19,02% informaram que não utilizaram os equipamentos ou serviços turísticos elencados e analisados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo como atividade econômica impacta de modo direto e indireto o PIB brasileiro, haja visto o deslocamento das pessoas no âmbito nacional mediante o consumo de produtos, bens e serviços.

Como um dos segmentos pertencentes ao turismo e, visto ainda que de modo tímido, há o Turismo da Melhor Idade. Um segmento ainda pouco explorado nacionalmente, mas, que se encontra aquecido, sobretudo em detrimento do aumento da expectativa de vida da população brasileira.

Conforme investigado através dos dados provenientes desta pesquisa, tornou-se possível averiguar a percepção de uma amostra de 32 pessoas idosas respondentes à pesquisa, nas quais indicam que, apesar do Estatuto do Idoso prover de direitos para a população idosa e que esta tem direito à ser atendida de forma que suas particularidades e peculiaridades sejam respeitadas e atendidas, uma parcela dos equipamentos, componentes da estrutura turística, encontram-se ainda carentes de melhorias e de adaptações para atender à este público em específico de modo que estes possam viajar de forma a sentir-se confortáveis e em segurança.

As limitações da pesquisa foi a dificuldade em entrar em contato com os idosos, para que eles respondessem o formulário online, eles precisaram da ajuda de seus familiares para responder a pesquisa. Em decorrência da pandemia, a dificuldade em entrevistar os idosos pessoalmente, para uma melhor experiência na coleta de dados e alcança mais respondentes para presente pesquisa.

Para os futuros discentes, a pesquisa oferece sugestões de novas pesquisas como: o turismo, desenvolvimento sustentável para a melhor idade; a percepção e a importância da qualificação dos meios de hospedagens para a melhor idade.

REFERÊNCIAS

ASHTON, S. G. M. et. al. **A relação do turismo e da qualidade de vida no processo de envelhecimento**. Revista Hospitalidade, São Paulo, v. XII, n. 2, p. 547-566, 2015.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Cartilha Viaja Mais Melhor Idade**. 2ª ed. Brasília: 2013. Disponível em: <<http://www.servicos.ms.gov.br/fundtur/ViajaMaisMelhorIdade/Cartilha%20do%20Viaja%20Mais%20Melhor%20Idade.pdf>>. Acesso em: 02 de junho de 2021.

_____, Planalto Federal. **Estatuto do Idoso – Lei nº. 10.741 de 1 de outubro de 2003**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.741.htm>. Acesso em: 20 de julho de 2021.

CARVALHO, T. S. et al. **Turismo na Melhor Idade: Análise e viabilidade do Projeto Viaja Mais Melhor Idade em João Pessoa-PB**, Caxias do Sul, 2012. Disponível em: <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/turismo_na_melhor_idade.pdf>. Acesso em: 20 de julho de 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008

JÚNIOR, O. S. M. **Turismo e lazer para a terceira idade**. Brasília: DF, p. 10-133, 2005.

MOTA, K. M.; BABINSKI, L. R. **Lazer na terceira idade: o turismo como opção**. In: **Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, III**, 2005. Caxias do Sul: UCS, 2005. Disponível em: <<https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt11-lazer-na-terceira-idade.PDF>>. Acesso em: 15 de março de 2021.

MOURA, A. C. et. al. **Aceitação e uso da tecnologia para escolha de destinos turísticos por pessoas da terceira idade: um estudo usando a UTAUT2**. Rev. Bras. Pesq. Tur. São Paulo, 11(2), pp. 239-269, maio/ago. 2017. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v11i2.1277>>. Acesso em: 19 de junho de 2021.

NASCIMENTO, F. S.; SANTOS, A. C. C. **Os fatores motivacionais na prática da atividade turística na terceira idade: um estudo a partir de um centro de convivência de idosos na cidade de Manaus**. Revista de Turismo Contemporâneo –RTC, Natal, v.4, n.1, p. 1-22, jan./jun. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/download/7853/6958/0>>. Acesso em: 19 de julho de 2021.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: Métodos e técnicas**. 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

SOUZA, H. M. R. et al. **Turismo e qualidade de vida na terceira idade**. 1ª. ed. Barueri: Manole, 2006.

TEIXEIRA, I. N. D'Aquino; NERI, A. L. **Envelhecimento bem sucedido: Uma meta no curso da qualidade de vida**. Revista Psicologia USP, São Paulo, jan/mar. 2008.

VMMI, Ministério do Turismo. **Viaja Mais Melhor Idade**. Disponível em:
<<http://www.viajamais.gov.br/vm/>>. Acesso em: 18 de julho de 2021.

Apêndice – Questionário

1. Sexo:

☐ Feminino ☐ Masculino

2. Faixa etária:

☐ 60 anos até 65 anos
☐ 66 anos até 70 anos
☐ 71 anos até 75 anos
☐ 76 anos até 80 anos

☐ 81 anos até 85 anos
☐ 86 anos até 90 anos
☐ 91 anos até 95 anos
☐ Acima de 95 anos

3. Escolaridade:

☐ ensino fundamental
☐ ensino médio
☐ ensino superior

☐ especialização
☐ mestrado
☐ doutorado

4. Estado civil:

☐ solteiro(a)
☐ casado(a)
☐ amasiado(a)

☐ separado(a)
☐ viúvo(a)
☐ outro

5. Gosta de viajar?

☐ sim ☐ não

6. Com que frequência costuma viajar (desconsidere o período de pandemia)

☐ 1 vez por ano
☐ 2 vezes por ano

☐ 3 vezes por ano
☐ 4 vezes por ano
☐ Mais de 5 vezes por ano

7. A maioria de suas viagens são realizadas:

☐ sozinho(a)
☐ com parentes

☐ com amigos(as)
☐ com grupo da melhor idade

8. Suas viagens são organizadas:

☐ por agência de viagem
☐ por Clube da Melhor Idade

☐ por você mesmo(a)
☐ por alguém da família

9. Nas viagens que realiza em grupos da melhor idade, costuma ter um guia de turismo para condução das atividades?

☐ sim ☐ não

10. Suas viagens costumam ser através de que meio de transporte:

☐ Ônibus

☐ Avião

☐ Carro

11. Quanto tempo costumam durar suas viagens?

- ☐ entre 2 e 3 dias ☐ entre 10 a 15 dias
☐ entre 4 a 5 dias ☐ mais de 15 dias
☐ uma semana

12. As suas viagens são custeadas por quem?

- ☐ por você mesmo ☐ parte do custo por você e parte por algum familiar
☐ por algum familiar ☐ parte do custo por você e parte pelo clube da melhor idade
☐ pelo clube da melhor idade

13. Que tipo de lugar você prefere visitar?

- ☐ praia
☐ grandes cidades
☐ lugares de natureza
☐ lugares com muita história, museus, cultura

14. Quais atividades você mais gosta de fazer durante as viagens?

- ☐ Festas, bailes, música e dança
☐ Visitar museus e conhecer a cultura e história do lugar
☐ Visitar restaurantes e degustar a gastronomia do lugar
☐ Fazer roteiros que proporcionem contato com a natureza
☐ Atividades que me façam sentir tranquilidade e paz
☐ Outra atividade. Qual? _____

15. O que as viagens proporcionam que você mais aprecia? Marcar as duas principais:

- ☐ conhecer novas pessoas
☐ conhecer novos lugares
☐ estreitar os laços com meus amigos ou parentes
☐ tirar da rotina

16. Assim que a pandemia passar, para qual o lugar gostaria de viajar e com quem?

17. Como você se sente quanto está em uma viagem à turismo?

18. Quanto volta de uma viagem você acha que sua vida fica melhor? Em que aspecto?

19. Em uma palavra ou frase diga VIAJAR PARA MIM É:

20. Considerando a maioria de suas viagens avalie os itens do quadro a seguir em relação as estruturas e serviços utilizados.

Equipamento ou serviço	Item	1. QUANTO A QUALIDADE			2. QUANTO A ADEQUAÇÃO AO PÚBLICO DA MELHOR IDADE			Não usei este serviço
		Acima das expectativas	Dentro das expectativas	Abaixo das expectativas	Adequado	Precisa de melhorias	Inadequado	
Meios de hospedagem	Atendimento							
	Restaurante							
	Banheiros							

	Camas							
	Áreas de lazer							
	Segurança							
	Acessibilidade							
Aeroportos	Atendimento							
	Estrutura aeroporto							
	Acessibilidade							
Cias aéreas e aeronaves	Atendimento							
	Conforto							
	Segurança							
	Acessibilidade							
Ônibus e empresas de transporte	Atendimento							
	Conforto							
	Segurança							
	Acessibilidade							
Táxi ou Uber	Atendimento							
	Conforto							
	Segurança							
	Acessibilidade							
Guia de turismo	Atendimento							