



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO  
CURSO DE TURISMO

Tayh Augusto da Silva

**O TURISMO DA TERCEIRA IDADE NA PERCEPCAO DOS AGENTES  
DE VIAGEM EM NATAL/RN**

NATAL  
2013

Tayh Augusto da Silva

**O TURISMO DA TERCEIRA IDADE NA PERCEPCAO DOS AGENTES  
DE VIAGEM EM NATAL/RN**

Trabalho de Conclusão de Curso,  
apresentado na Coordenação de Turismo  
da Universidade Federal do Rio Grande  
do Norte, como requisito parcial para a  
obtenção do título de Bacharel em  
Turismo.

Orientadora: Renata Paula Costa  
Trigueiro, M.Sc

Catálogo da Publicação na Fonte.  
UFRN / Biblioteca Setorial do CCSA

Silva, Tayh Augusto da.

O turismo da terceira idade na percepção dos agentes de viagem em Natal/RN / Tayh Augusto da Silva. - Natal, RN, 2013.  
45f.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. M. Sc. Renata Paula Costa Trigueiro.

Monografia (Graduação em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Turismo.

1. Turismo - Monografia. 2. Turismo de pessoas idosas - Monografia. 3. Agência de viagem - Monografia. 4. Terceira Idade - Monografia. I. Trigueiro, Renata Paula Costa. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 338.48-2-053.9

Tayh Augusto da Silva

**O TURISMO DA TERCEIRA IDADE NA PERCEPCAO DOS AGENTES  
DE VIAGEM EM NATAL/RN**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Universidade Federal do  
Rio Grande do Norte, como requisito  
parcial para a obtenção do título de  
Bacharel em Turismo.

Natal – RN, Novembro de 2013.

---

Renata Paula Costa Trigueiro. – Universidade Federal do Rio Grande do Norte -  
Orientador

---

Leilianne Michelle Trindade da Silva Barreto, D.Sc.– Universidade Federal do Rio  
Grande do Norte - Banca Examinadora

---

Lissa Valeria Fernandes Ferreira, D.Sc.. – Universidade Federal do Rio Grande do  
Norte - Banca Examinadora

Dedico este trabalho aos meus pais, principalmente a minha mãe que apesar da distancia, nunca deixou de me encorajar e apoiar nos estudos, sem eles não seria possível a realização deste trabalho, a eles devo uma eterna gratidão.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus, por ser essencial em minha vida, autor de meu destino, meu guia, socorro presente na hora da angústia, ao meu pai Augusto da Silva, minha mãe Cristina Cantibara, e aos meus irmãos e toda minha família em geral.

Agradeço também ao governo brasileiro que me recebeu e me concedeu a oportunidade de fazer a graduação. À professora Renata Trigueiro, pela paciência na orientação e incentivo que tornaram possível a conclusão desta monografia. A todos os professores do curso, que foram tão importantes na minha vida acadêmica que de uma forma contribuíram para o desenvolvimento desta monografia.

Ao meu namorado Massimo, que sempre esteve ao meu lado me incentivando, e me apoiando com seu carinho, amor e dedicação. Aos amigos e colegas, pelo incentivo e pelo apoio constantes, em especial a Eudésio, Mery de Andrade que sempre estiveram comigo e que contribuíram duma forma positiva ao longo desse quatro anos do curso. Enfim, agradeço à vida, agradeço a meu bondoso Deus, minha luz, minha vida, ao mundo, às pessoas que passaram pela minha vida.

## **RESUMO**

O presente trabalho tem como finalidade analisar o desenvolvimento do turismo de terceira idade na cidade de Natal/RN, bem como pacotes diferenciados oferecidos por agências de viagens. Para conhecer as atuações das agências de viagens no desenvolvimento do turismo de terceira idade na cidade de Natal/RN. A metodologia é a pesquisa descritiva de abordagem qualitativa, onde foram entrevistadas quatro agências de viagens situadas em Natal/RN. A análise dos dados coletados foi dividida de duas formas, primeiramente foi feita a análise do perfil das agências entrevistadas, depois foi feita uma análise sobre as contribuições das agências de viagem para o desenvolvimento do turismo de terceira idade na cidade de Natal/RN. De acordo com os dados analisados, foi possível constatar que esta demanda vem influenciando na hora de montar os pacotes turísticos.

Palavras-chave: Turismo. Segmentação de mercado. Terceira idade.

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the development of tourism for the elderly in the city of Natal / RN, as well as different packages offered by travel agencies. To know the workings of the travel agencies in tourism development for the elderly in the city of Natal / RN. The methodology is descriptive qualitative study, where they were interviewed four travel agencies located in Natal / RN. The analysis of the collected data was divided in two ways, first was taken to analyze the profile of the agencies interviewed, was taken after an analysis of the contributions of travel for the development of the Seniors Tour in Natal / RN agencies. According to the data analyzed, it was found that this demand has influenced the time to assemble tour packages.

**Keywords:** tourism. Market segmentation. Seniors.



## **LISTAS DE ABREVIATURAS**

ABAV- Associação Brasileira dos Agentes de Viagens

EMBRATUR- Empresa Brasileira de Turismo

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MTur- Ministério do Turismo

OMS-Organização Mundial de Saúde

PNAD-Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Problemática .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2 Justificativa .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3 Objetivos .....</b>	<b>13</b>
1.3.1 Objetivo geral .....	13
1.3.2 Objetivos específicos.....	13
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>14</b>
2.1 Turismo.....	14
2.2 Segmentação de mercado.....	17
2.3 Lazer na terceira idade.....	20
<b>3. METODOLOGIA.....</b>	<b>26</b>
3.1 Tipo do estudo.....	26
3.2 Universo da pesquisa.....	26
3.3 Coleta de dados.....	27
3.4 Análise dos dados.....	27
<b>4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADO.....</b>	<b>29</b>
<b>4.1 AGENCIA DE VIAGEM A.....</b>	<b>29</b>
<b>4.2 AGENCIA DE VIAGEM B.....</b>	<b>30</b>
<b>4.3 AGENCIA DE VIAGEM C.....</b>	<b>31</b>
<b>4.4 AGENCIA DE VIAGEM D.....</b>	<b>32</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>38</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>40</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>41</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>44</b>

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1 Problema

A humanidade está passando por um processo de transição demográfica onde as populações estão deixando de ser predominantemente jovens, e o Brasil não se encontra a margem deste processo. Este fato se deve principalmente por conta da redução das taxas de natalidade, mortalidade e fecundidade e ao aumento da expectativa de vida. Além de ser uma consequência das melhorias nas condições de vida das populações (principalmente no que se refere aos países desenvolvidos), das conquistas médicas e dos avanços na produção de medicamentos.

O Brasil se encontra atualmente entre os dez países com maior volume de população idosa do mundo e, conforme as projeções estatísticas da Organização Mundial da Saúde (OMS 2009), entre 1950 e 2025 sua população de idosos irá crescer aproximadamente dezesseis vezes. Ainda segundo dados da OMS, no ano de 2050 o Brasil estará com mais de 1 bilhão e 500 mil idosos.

Entre os anos de 1940 e 2006, o número de idosos registrados no Brasil cresceu cerca de 11 vezes, passando de 1,7 milhão para 18,5 milhões. A previsão é que em 2025 esse número esteja na casa de 64 milhões de pessoas. Em 2050 estima-se que um em cada três brasileiros seja idoso. Em torno de 71% dos idosos registrados conseguem ter independência financeira. Eles são responsáveis por uma renda anual de R\$ 243 bilhões. Do total de idosos conhecidos no Brasil, 55% são mulheres, que apresentam uma expectativa de vida superior aos homens. (IBGE, 2013).

Tal constatação não traduz apenas um dado demográfico isolado, mas implica a emergência de novas prioridades e de novas exigências nos diferentes níveis de organização social. O turismo, seja como atividade inserida na economia de mercado, seja como fenômeno sociocultural, não deixará de ser afetado pelos reflexos dessa nova composição etária. A terceira idade é considerada como uma forma de tratamento das pessoas de mais idade, englobando, atualmente, aqueles com mais de 60 anos a questão do envelhecimento populacional vem sendo tomado como a preocupação atual tanto nos países desenvolvidos quanto nos países que se encontram em desenvolvimento.

Segmentar o mercado turístico conforme a idade é um desafio, já que a sociedade atual passa por grandes mudanças em seus aspectos populacionais e comportamentais. Seu uso corrente entre os pesquisadores interessados no estudo da velhice não é explicado pela

referência a uma idade cronológica precisa, mas por ser essa uma forma de tratamento das pessoas de mais idade, que não adquiriu ainda uma conotação depreciativa.

Como citado anteriormente, atualmente, no Brasil, segundo o IBGE, vivem cerca de 25 milhões de idosos, aposentados e pensionistas, e a estimativa para os próximos dez anos é que ultrapassem os 34 milhões. Desse total, nove milhões de idosos viajam todos os anos, o que representam 20% dos turistas brasileiros, e esse percentual deve ser facilmente superado nos próximos anos.

O projeto *Viaja Mais Melhor Idade*, iniciativa de segmentação inédita no mercado turístico brasileiro, que se utiliza da plataforma eletrônica do *Vai Brasil* para a venda de seus produtos, busca facilitar e estimular as viagens de pessoas de 60 anos ou mais, definidas pelo Ministério de Turismo como pessoas da melhor idade, nos períodos de baixa ocupação desse mercado, incentivando as operadoras a disponibilizar no mercado viagens especialmente desenhadas para suprir a grande demanda desse público.

A presente pesquisa reflete no momento atual, e restringe ao Rio Grande do Norte, com enfoque funcional na melhoria de qualidade de serviços prestados para este segmento que vem crescendo cada vez mais. O presente trabalho tem como finalidade analisar o turismo de terceira idade na cidade de Natal/RN, bem como pacotes diferenciados oferecidos por agências de viagens e de atividade de lazer e turismo na promoção da qualidade de vida dos idosos.

Diante dessa situação, e a partir das considerações feitas anteriormente, a presente pesquisa tem como pergunta Qual é a percepção das agencias de viagem que trabalham o publico da terceira idade na cidade de Natal/RN.

## **1.2 Justificativa**

A população mundial está passando por um momento de transição, onde a população está deixando de ser predominantemente jovens, inclusive no Brasil. Por isso a terceira idade é um segmento que esta crescendo muito forte no contexto atual, devido a muitos fatores como o avanço da ciência e da tecnologia, as conquistas médicas no descobrimento e fabricação de novos medicamentos e na melhoria das condições de vida. As pessoas estão chegando a terceira idade mais jovens com mais saúde mais disposição, em relação aos nossos antepassados. E o turismo como sendo uma atividade inserida na economia do mercado, seja como fenômeno sociocultural, não deixará de ser atingido pelos reflexos dessa composição etária. O significativo aumento de idosos na população é um dado muito

expressivo, que certamente influenciará as políticas do setor e a comercialização dos produtos.

Nesse sentido, é relevante discutir a maneira pela qual o idoso como cidadão e consumidor é compreendido pelo turismo. É importante apontar novos desafios para os profissionais do setor, chamando atenção para a necessidade de investir em produtos para a terceira idade, sem tratar este público como incapaz ou desvalido. O intuito deste trabalho é apresentar o idoso como cidadão e consumidor em absoluta igualdade com os demais grupos etários. Sabe-se que os idosos são portadores de especificidades, -mas em plenos direitos, sua autonomia, seus desejos, suas opiniões e suas ações. O envelhecimento da população é uma realidade que repercute em vários níveis de organização social, gerando assim grande impacto na economia do lazer e do turismo. Por outro lado a forma como a sociedade concebe o idoso também afeta todos os setores de atividade, refletindo na forma como são concebidos os bens de consumo para esse segmento. Assim nasce a necessidade de se desenvolver pesquisas sobre o tema, seja para esclarecer e instrumentalizar o mercado, seja para melhor conhecer esse público e atendê-lo de forma mais eficaz.

Além desta contribuição específica, este trabalho poderá subsidiar o desenvolvimento de estratégias que venham a dar suporte aos programas públicos de promoção de lazer voltados para o segmento em questão, uma vez que o alcance social do turismo para terceira idade e seu papel como restaurador da qualidade de vida precisam ser efetivamente fomentadas através de ações reais, as quais podem ser viabilizadas através de esforços das instituições sociais que estejam preocupadas com a promoção da cidadania.

É fato em contexto na realidade brasileira a longevidade humana, graças aos avanços da ciência e melhoria das condições de vida nos últimos cinquenta anos. Viver mais significa exigências e mais diferente demanda das mais variadas, que imprimem necessidades de adequação de estruturas e de serviços, dentre os quais o turismo.

No que diz respeito a fruição do lazer, a terceira idade surge como uma fase privilegiada da vida para aproveitamento desse tempo. Não obstante as pessoas idosas, geralmente aposentadas, não sofrem mais os constrangimentos impostos pelo tempo de trabalho, elas não estão necessariamente isentas de executar atividade de caráter obrigatório, como tratar de afazeres domésticos, administrar seus bens e, e não raro continuar com seus filhos e netos. Contudo é inegável que esse segmento dispõe de uma parcela de tempo livre mais ampla que a de outros grupos sociais, o que não significa, absolutamente, que realizem mais atividades de lazer. Existe no Brasil uma melhoria da qualidade de vida, há mais assistência médica e remédios, a alimentação está melhor e as pessoas fazem mais atividades

físicas. Isso contribui para uma população mais idosa. Ao mesmo tempo, há uma redução da natalidade.

Esta transição demográfica está promovendo grandes transformações e impactos nos Moldes atuais da sociedade. A tendência para os próximos anos é que tal segmento cresça muito mais, transformando o perfil demográfico do país. Para isso a situação obrigará muito de poder público, as entidades privadas a organizar, as políticas socioeconômicas que atenda as demandas desse público.

Finalmente, do ponto de vista pessoal, o interesse pelo assunto surgiu devido o crescimento da população idosa no país, e a inserção deles na prática de lazer e turismo, porém surgiu o interesse em estudar e aprofundar o estudo de caso com as agências de viagens que trabalham como este segmento, para saber a demanda e os principais pacotes oferecidos e os destinos favorito deles.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo Geral**

Analisar o segmento turístico da terceira idade através da percepção dos agentes de viagem de Natal/RN.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- a) Identificar quais estratégias de divulgação são utilizadas pelas agências para atingir os turistas de terceira idade;
- b) Descrever que tipos de pacotes são oferecidos pelas agências para o público da terceira idade;
- c) Identificar o perfil das agencias pesquisadas em Natal/RN.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Turismo

Na antiguidade mais remota, quando as atividades do ser humano não passavam da luta pela vida, no sentido literal dessa expressão, ou seja escapar da feras e das intempéries e conseguir alimento, a ideia do lazer estava fora de cogitação ou de qualquer outra operação mental; era o instinto, simplesmente, que comandava a existência. De acordo com Leite (1995 p.17), na antiguidade o lazer do homem não passava de muito trabalho para conseguir sobreviver, a ideia de lazer estava fora do alcance de mentalidade humana na época, era o instinto de trabalho para não morrer e fome que estava acima de tudo.

Séculos e séculos mais tarde, e sem falar em outras civilizações remotas que surgiram e desapareceram, os gregos marcaram a presença na área, com as suas noções intelectualmente evoluídas porém socialmente retrógradas, já que diziam respeito somente as pessoas livres, ou seja, a uma elite privilegiada, sustentada pelo trabalho escravo do grosso da população.(LEITE, 1995, P.17).

Muitos séculos depois, que surgiram muitas outras civilizações antigas e muitos também desapareceram, os gregos marcaram a presença no território, suas capacidades intelectual bem avançada e muito antiquado, já que se referem somente as pessoa livres, ou melhor uma classe media alta, que são sustentada pelo trabalho escravo da grande massa da população.

O lazer foi um fenômeno que evoluiu com o crescimento da classe proletária, fruto das transformações econômicas, culturais e espaciais provocadas pela Revolução Industrial do século XIX. No século XX cresceu e valorizou-se, tornando-se um fenômeno de massa. Neste início do século XXI o encontramos em pleno processo de expansão. SENFFT, (2004).

O lazer, assim como o turismo, é um fenômeno contemporâneo, característico das sociedades industriais e intimamente relacionado ao advento, regularização e legalização do tempo livre. Fromer e Vieira (2003,p.54). O lazer e o turismo é o algo especial da época atual, de forma da sociedades industriais e muito relacionado ao advento de regularização e legalização do tempo livre para os indivíduos. Da mesma forma que muitos estudiosos do turismo não chegaram ainda um acordo na forma de dar um único conceito, é da mesma forma que o estudiosos de lazer também não chegaram ainda a um consenso de dar uma definição certa e concisa. A tendência dominante entre os especialistas é no sentido de considerar as duas variáveis - tempo e atitude – na conceituação do lazer.

Entre os estudiosos do lazer não há ainda um acordo na forma de entende-lo, sendo que podemos distinguir pelo menos duas grandes linhas: a que se fundamenta na variável atitude e considera o lazer como um estilo de vida, portanto independente

de um tempo determinado; e a que supõe esse tempo, situando-o como "tempo liberado" do trabalho ou como "tempo livre", não só do trabalho, mas de outras obrigações: familiares, sociais, políticas e religiosas, enfatizando a qualidade das ocupações desenvolvidas. Segundo Marcellino (2000)

O lazer são todas atividades desempenhadas por livre espontânea vontade que satisfaça e proporcione o prazer para o indivíduo. Para Dumazidier (1976,p.34)

O lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

A década de 1960 é considerada um marco para a prática do lazer na França, em decorrência de conquistas como redução da jornada de trabalho semanal e ampliação do 119 período de férias. Rita Garcia (2007,p.6). A década de 1960 é considerada um marco para a pratica do lazer na França, por motivo da redução de jornada semanal do trabalho e aumento do 119 período de férias, levam as pessoas a praticarem muito o lazer.

O tempo livre deixa de ser percebido como um período de improdutividade para se tornar um elemento construtivo não destoante das demandas da sociedade industrial. O fato de ser um período de não- trabalho não significa, necessariamente, que seja um período de não consumo. Fromer e Vieira (2003,p.55).

O tempo livre deixa de ser visto como um período de não produzir para se virar um elemento construtivo discordante das procuras da sociedade industrial. O fato de ser um tempo de não-trabalho, não necessariamente significa que seja um tempo de não consumir, isso porque pelo fato da pessoa está sem fazer nada não significa que vai para de consumir também. Os meios de comunicação de massa está alienando cada vez a mente das pessoas com varias campanhas publicitarias sobre a ligação de lazer com qualidade de vida das pessoas que praticam, e isso faz com que as pessoas trabalham e planejando o lugar para se desfrutar de momentos de não compromisso com afazeres do trabalho.

A ideia que se difunde atualmente é que o tempo livre deve ser aproveitado em benefício próprio e que o lazer está relacionado à qualidade de vida do indivíduo, que por sua vez, bombardeado por campanhas publicitárias que tornam a decisão de eleger um lugar para férias anual um exercício de planejamento, no qual se ponderam custos e benefícios realização de um desejo individuais e/ou familiares. Rita GARCIA (2007,p.8).

De acordo com Fromer e Vieira (2003,p.57) O surgimento do turismo, assim como o do próprio lazer, está associado as sociedades pós-industriais, a partilha do tempo social e a regulamentação de um tempo livre, desobrigado dos compromissos de trabalho.

O surgimento do turismo bem como o lazer, está ligado as sociedades pós-



industriais, a divisão do tempo social de trabalho e a regulamentação de um tempo livre, que a pessoa está isento dos afazeres profissionais para se usufruir ao lazer.

Apesar das perdas que sofrem devido à idade avançada, os idosos mantêm as mesmas necessidades psicológicas e sociais que possuíam nas outras fases da vida e, por isso, reconhecem e valorizam o lazer. Mesmo com todas as dificuldades com que se deparam no dia-a-dia, eles não abrem mão de vivenciar o lazer, pois este se consiste em um tempo privilegiado para a obtenção de bem-estar em qualquer que seja a idade. Através do lazer, os idosos podem se manter mais saudáveis física, psicológica e socialmente. Roberta(2006,p.3).

Apesar das perdas que sofrem devido a idade elevada, os idosos mantem as mesmas necessidades psíquica e sociais que tiveram nas outras fases da vida, e por isso reconhecem e dão o devido valor a lazer. Mesmo com dificuldades do dia-a-dia, eles não deixam de viver o lazer, porem é um tempo apropriado para obtenção de bem estar em qualquer faixa etária. Com o lazer os idosos podem se manter mais disposta e saudáveis física, psicológica e socialmente.

Ainda segundo Roberta (2006) O turismo ganha cada vez mais adeptos na terceira idade. Ainda mais em se tratando de Brasil, um país de inúmeros atrativos naturais, culturais e históricos. Os idosos gostam de viajar e fazem disso um hábito.

O turismo ganha casa vez mais fãs na terceira idade, ainda mais em si referindo ao Brasil, um país de muitos atrativos naturais, culturais e histórico, os idosos adoram viajar e fazem disso um habito muito prazeroso.

Segundo Roberta (2006) o lazer e o turismo revelam-se então como importantes agentes para os idosos a possibilitar que estes obtenham uma maior convivência social e até mesmo ao reabilitar aqueles que já passaram por um período difícil de isolamento e/ou problemas psicológicos.

Lazer e turismo mostram-se agora como importantes agentes para os idosos a possibilitar que estes absorvem uma maior convivência social e até mesmo reinserir aqueles que já passaram por momentos muito difíceis e de isolamento durante a vida ou problemas psicológicos.

Ainda Roberta (2006) defende que as atividades de lazer e o turismo proporcionam a reclusão do idoso, melhoraram seu desenvolvimento intelectual, fortalecem suas habilidades físicas e mantém sua independência.

As atividades de lazer e turismo proporcionam a reclusão do idoso a melhorar seu desenvolvimento intelectual, e fortalecem suas habilidades físicas e mantém sua dependência.

Segundo Castelli, o turismo é uma atividade marcante da sociedade industrial. No

século XX, tornou-se uma atividade no qual se engajam milhares de pessoas de todas as nações internacionais. (1996,p.7). Para o Castelli, o turismo é uma atividade marcante da sociedade industrial. No século XX, se tornou uma grande atividade no qual se juntam milhares de pessoas de todo planeta. Muitos autores ainda estão conceituando turismo de forma diferente

De acordo com Rita Garcia (2007) o turismo é fenômeno multifacetado e surge como opção de lazer, no qual o indivíduo usufrui seu tempo livre durante o deslocamento e permanência temporária em localidade diferente da sua origem, desfruta da paisagem ou de elementos intangíveis como banho de mar, visita à parques, assistir à peças de teatro, dançar.

O turismo é fenômeno que tem varias formas e surge como forma de lazer, no qual o individuo desfruta do tempo livre sem obrigação de trabalho para fazer viagens fora do seu habitat natural por um período temporário para aproveitar os momentos livre com banho de mar, visita a parques, dançar e assistir peça de teatros.

Segundo a O.M.T. (Organização Mundial de Turismo), do ponto de vista formal, turismo é a soma de relações e de serviços resultantes de uma mudança de residência, temporária e voluntaria, motivada por razões alheias a negócios ou profissionais.

O Turismo é uma atividade econômico representada pelo conjunto de transações - compra e venda de serviços turísticos -efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, executando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local de visita (EMBRATUR, 1992).

Nas últimas décadas a palavra vem sendo propagada indistintamente nos meios de comunicação de massa, no discurso de políticos em propaganda eleitoral e em diversas situações do dia-a-dia. Cheibub (2009,p.15). a palavra lazer vem sendo empregada por varias formas, tanto nos meios de comunicação de massa, nos discurso de políticos, em propaganda eleitoral e em diversas situações do dia-a-dia.

O turismo apresenta especificidade própria, consoante as varias motivações, necessidades, e interesses dos turistas, pode se afirmar que a demanda turística ela depende muito do interesse do turista. segundo Beni (2000), a demanda por turismo apresenta uma especificidade própria, consoante às diversas motivações necessidades e interesses dos turistas.

## **2.2 Segmentação de Mercado**

Para atender as necessidades específicas, mercado turístico vem se segmentando cada vez mais, formatando novos tipos de turismo ,criando roteiros temáticos, adaptando produtos e serviços de acordo com as especificidades, desejos, limitações e necessidades dos clientes turistas.

De acordo com Ansarah (2005), a segmentação de mercado é o processo utilizado para agrupar pessoas com desejos e necessidades semelhantes, possibilitando conhecer os

principais destinos geográficos, tipos de transportes,

o perfil do turista (faixa etária, capacidade de compra, condições sociais, escolaridade, ocupação, estado civil) e outros aspectos, que facilitam os atendimentos dos desejos dos turistas. Assim, a faixa etária entra em um dos critérios de segmentação, sendo que os principais, conforme Ignarra (2003), são: o turismo infantil, o juvenil, o turismo de meia idade e de terceira idade.

Segundo Tomelin (2001, p. 22). O impacto do surgimento da internet como ferramenta operacional e comercial associado á eventual desregulamentação do transporte aéreo e a demais fatores marcantes do final do século XX são desafios que o setor de viagens vem enfrentando no novo século, com efeitos no perfil do agente de viagens, marcado pela desintermediação dos serviços, pela reintermediação dos novos tipos de agências que estão surgindo e, objetivamente, pela alternativa de reposicionamento do seu perfil. Uma sucessão de fatos históricos e inesperados fez com que muitos empresários estejam tendo dificuldades em adaptar suas agências a nova realidade, devido ao ritmo acelerado das mudanças ocorridas no mercado de atuação. Considerando ainda que a venda de passagens aéreas é o principal produto comercializado pela maioria das agências.

Com o surgimento da internet como mecanismo que permite efetuar ligado a eventual desregulamentação do transporte aéreo e a demais fatores que destacam no final do século XX são desafios para que o setor de viagens vem encarar nesse novo século pela desintermediação dos serviços, pela reintermediação dos vários tipos de agencias que estão surgindo de forma pela sucessão de reposicionamento do seu perfil. E os acontecimentos novos e inesperado não parou de surgir faz com que muitos empresários estejam tendo maior dificuldades em adequar suas agencias a nova realidade, de forma como as coisas estão acontecendo de forma muito rápida no mercado, sabendo que o principal produto vendido são as passagens aéreas nas agencias de viagens. Tomelin (2001).

“Muitos são os direitos e deveres os quais o Estado deve se propor a administrar. Entre esses direitos e deveres pode-se citar a elaboração de leis, a administração dos negócios públicos, a aplicação de leis em casos particulares, dentre outros”. Tratando de mercado aí entra o dever e obrigação do Estado nas elaborações das leis e normas a administração dos negócios, equilibrando assim a economia do país. Gomes (2004).

Políticas públicas compreende toda a atividade política que tem como objetivo específico assegurar, mediante a intervenção do Estado, o funcionamento harmonioso da sociedade, suplantando conflitos e garantindo a manutenção do sistema vigente.

Políticas públicas intende-se por toda atividade politica que tem como principal finalidade, é assegurar mediante a intervenção do Estado, no bom funcionamento da paz e harmonia de toda população colocando os pés firme no chão garantindo a manutenção do

sistema em vigor. Gomes (2004).

“Setores que vêm despertando para a demanda dos consumidores da terceira idade são o de turismo e lazer, onde é crescente o número de agências de viagens com pacotes idealizados exclusivamente para este público” Guedes e Bruni (2003). Os setores que vem crescendo e chamando atenção na demanda dos consumidores da terceira idade são o de turismo e lazer, onde muitas agencias de viagens estão oferecendo pacotes diferenciados e exclusivamente para este publico.

Em uma pesquisa realizada sobre o comportamento do consumidor de terceira idade em relação ao entretenimento e lazer, Ladeira, Guedes e Bruni (2003) concluíram que esse grupo possui tempo disponível que pode ser utilizado para viajar e consumir serviços e produtos turísticos, caracterizando-se, assim, em um segmento atrativo para a indústria do turismo.

Uma das pesquisas realizada sobre o comportamento de compra do consumidor de terceira idade em relação ao entretenimento e lazer, chegaram a conclusão que esse segmento tem mais tempo livre que pode ser preenchido para viajar e consumir serviços e produtos turísticos oferecidos, formando assim um segmento atrativo da indústria do turismo. Guedes e Bruni (2003).

“Nesse contexto, o mercado turístico há muito descobriu nos idosos um de seus nichos mais rentáveis” Associação brasileira dos agentes de viagens ABAV (2003). O mercado turístico descobriu nos idosos um novo publico cujo rendimento é muito gratificante.

“Segundo a Associação Brasileira dos Agentes de Viagens – ABAV (2003), os idosos representam de 16% a 35% dos clientes ativos dos bancos de dados das operadoras, e o potencial tende a crescer com o aumento da expectativa de vida do brasileiro” segundo Agentes de Viagens, os idosos representam de 16% a 35% dos clientes ativos dos bancos de dados das operadoras, e esse numero só tende a crescer com o aumento da expectativa de vida e avanço da ciência.

De acordo com Swarbrooke e Horner (2002), a decisão de compra de um produto turístico é o resultado de um processo complexo, em que o consumidor é influenciado por fatores internos e externos. Como fatores internos abordam-se os motivadores pessoais, a personalidade, a disponibilidade de renda, a saúde, os compromissos familiares, os compromissos profissionais, as experiências passadas, os hobbies e interesses, o conhecimento de possíveis feriados, o estilo de vida e as atitudes, opiniões e percepções.

Para Swarbrooke e Horner (2002), a decisão de compra de um produto turístico é resultado de um processo amplo, em que o consumidor é influenciado por fatores internos e externos que são, motivos pessoais, a personalidade, a disponibilidade de renda, a saúde, estilo de vida entre outros fatores, que são motivos antropológico de cada povo segundo os costumes e forma de vida.

“O campo do comportamento do consumidor abrange uma ampla área e, de acordo com Blackwell, Miniard e Engel (2005), este comportamento pode ser definido como as atividades diretamente envolvidas em obter, consumir e dispor de produtos e serviços”. Segundo Blackwell, Miniard e Engel, o comportamento do consumidor abarca uma densa área, e elas podem ser caracterizado como as atividades associadas em obter, consumir e poder de produtos e serviços. No processo de compra o consumidor origina a sua avaliação por meio de uma comparação entre diferentes alternativas que visa a satisfazer as suas necessidades, e os fatores internos e externos influencia no processo da decisão de compra, que são elas, a idade, raça, classe social entre outras como já tinha explicado.

(...) incluindo os processos decisórios que acontecem e sucedem as ações a sua complexidade origina-se do grande número de fatores internos e externos que influenciam o comportamento do consumidor, entre elas, idade, gênero, classe social, renda, raça, etnia, estilo de vida e localização. O fato é que no processo de compra o consumidor procede a sua avaliação por meio de uma comparação entre diferentes alternativas, buscando satisfazer sua necessidade.

Segundo Blackwell, Miniard e Engel (2005) o indivíduo da terceira idade, devido ao sistema fisiológico, o corpo dela sofre grande transformação, ela não tem mais aquele físico que tinha quando era mais jovem, para isso o mercado tem que saber respeitar isso, na hora de oferecer produtos turísticos devem levar em consideração a segurança, conforto, assim garantindo riscos físicos, sociais e financeiro ao idoso.

Devido às alterações que o indivíduo da terceira idade começa a apresentar em relação a vários aspectos de seu sistema fisiológico e motor, Blackwell, Miniard e Engel, (2005) explicam que os produtos destinados ao mercado maduro devem respeitar três critérios fundamentais: conveniência, segurança e conforto, assim, o consumidor da terceira idade estará menos vulnerável a correr riscos físicos, sociais e financeiros.

As agências, por exemplo, buscam meios para promover viagens para destinos alternativos aos que já existem para pessoas idosas, como é o caso de estâncias hidrominerais ou hidrotermais. As viagens para idosos precisam oferecer possibilidades de participação e integração dessas pessoas em uma sociedade que tende a valorizar apenas o novo e o jovem.

### **2.3 Turismo na terceira idade**

O turismo na terceira idade é um segmento que está crescendo muito acelerado nas últimas décadas, por conta do aumento da expectativa de vida, as conquistas médicas no avanço da pesquisa e descobrimento de medicamentos, e principalmente nas tecnologias de informação. Porém as pessoas chegam essa faixa etária com mais saúde e disposição para a prática de atividade de lazer e turismo. Geralmente tem mais tempo para viajar em qualquer

período do ano e principalmente na baixa estação.

“Todos estamos conscientes de que o crescimento sem precedente da população de idade avançada é uma das mudanças demográficas mais significativas das últimas décadas”. (p.45). Lorda; Chanchez. O crescimento acelerado da população da terceira idade é uma das mudanças demográfica mais acirrada das últimas décadas.

(...) A preocupação sobre o assunto da terceira idade tem sido global, passando a ser tema das ciências humanas e biológicas para que a qualidade de vida seja aprimorada e, conseqüentemente, a longevidade ampliada segundo Silva (2012,p.8). “A preocupação com o assunto terceira idade tem sido a questão mundial, passando assim sendo o tema das ciências humanas e biológicas para que a qualidades de vida seja eficaz, aumentando a expetativa de vida saudável”.

Torna-se então necessário adotar ações eficazes e oportunas, que possibilitem que essa faixa etária cresça não só em termos quantitativos, mas também com uma melhor qualidade de vida. É através de políticas públicas que programas com este propósito poderão ser implementados. Roberta (2006,p.2).

Com o crescimento da população idosa, torna-se necessário adotar ações eficazes e oportunidades, que possibilitem o acompanhamento ordenado e também com uma melhor qualidade de vida, através de politicas publicas que programas como este proposito poderão ser executados.

No Brasil, a mudança demográfica vem acontecendo desde meados da década de 60 com a queda da taxa de natalidade e o aumento da longevidade. No bojo dessa tendência – tornar visível socialmente a velhice – foi criada a idéia da terceira idade, designação para uma nova etapa na vida, interposta entre a idade adulta e a velhice. Filho e Batista (2010, p.5).

No Brasil, a mudança demográfica vem acontecendo desde meados da década de 60 com a baixa taxa de natalidade e o aumento da expetativa de vida. Com nova tendência torna-se visível socialmente a velhice. Foi criada a ideia da terceira idade, forma de tratamento de uma pessoa de mais idade, interposta entre a idade adulta e a velhice.

Incontestavelmente, hoje as pessoas da terceira idade têm uma formação melhor que as gerações anteriores e possuem um maior grau de exigência pela qualidade dos serviços. Filho e Batista (2010). Indiscutivelmente, hoje as pessoas da terceira idade tem uma formação melhor que as dos seus antepassados e são mais exigentes na escolha de qualidade de serviços que vai consumir.

O Viaja Mais Melhor Idade é uma iniciativa do Ministério do Turismo cujo objetivo é facilitar e estimular os brasileiros com 60 anos ou mais a viajar pelo País. O programa oferece pacotes para viagens em grupos com origens e destinos específicos e

serviços diferenciados, além de ofertas de meios de hospedagem em todo o Brasil. Vale dizer que, além de promover a inclusão social dos idosos, o Viaja Mais Melhor Idade fortalece o turismo interno e gera benefícios por todo o País.

Velho é aquele que não tem projeto de vida. Não devemos esquecer nunca da alegria de viver e lembrar que uma bela velhice é simplesmente o reflexo de uma bela vida. Envelhecer satisfatoriamente vai depender de um delicado equilíbrio entre as limitações potencialidades do indivíduo, e de como ele irá lidar com essa etapa da vida. Senfft (2004).

De acordo com Barroso (1995,p.61) o alto poder aquisitivo dos integrantes da terceira idade vem atraindo interesse cada vez maior por parte do mercado, tanto de bens como de serviços, aí incluídos, naturalmente, os que tem relação com a área do lazer.

A condição financeira alta dos membros da terceira idade vem atraindo interesse cada vez mais por parte do mercado, tanto de bens como de serviços, aí incluídos de uma forma natural, os que relacionam com a área do lazer, por essa razão não falta quem considera a terceira idade elitista.

Ser idoso no Brasil é vencer a barreira do tempo dos 60 anos e estar amparado pela Lei 8.842/94, pelo Decreto 1.948/96 e a Lei 10.741/03, conhecida como Estatuto do Idoso. No Art. 10 da Lei 8.842/94 de 4 de janeiro de 1994, que trata da Política Nacional do Idoso, está claro que esta lei tem por objetivo “assegurar os direitos sociais do idoso, criando condições para promover sua autonomia, integração e participação efetiva na sociedade” (BRASIL, 1994).

Para Gadelha (2007), muitos dos estereótipos criados em torno da velhice, indubitavelmente, precisam ser dissipados. Ser socialmente aceito e compreendido só soma a favor de uma qualidade de vida melhor, uma vez que as diferenças de gênero, de classe, de credos religiosos, de etnia também estão presentes nas construções das representações e das experiências do envelhecer.

Segundo Fromer e Vieira (2003), sob essa perspectiva histórica, a dimensão psicoantropológica do turismo o situa como um dos mais representativos fenômenos culturais do mundo moderno porque à medida que o indivíduo se desloca em viagens e se relaciona com uma realidade distinta da sua, ele não apenas adquire conhecimento ou vive uma experiência inusitada, mas esta atividade constitui um exercício de percepção e uma forma de expressão que compreende conhecimento, alteridade e realização pessoal Percebeu-se então a necessidade de utilizar a conceituação de Fromer e Vieira (2003 p. 59), para turismo como sendo “o conjunto de atividades e relações existentes nos deslocamentos temporais voluntários, realizado pelo afastamento da morada permanente – por diferentes motivos – com a intenção de retorno”

Mas, era necessário buscar um conceito para o turismo na terceira idade pois

segundo o IBGE (2000), a expectativa de vida dos brasileiros está aumentando gradativamente, refletindo um envelhecimento com maior qualidade de vida.

E foi assim que Moletta (2000), definiu o turismo hoje direcionado à terceira idade como sendo “um tipo de turismo planejado para as necessidades e possibilidades de pessoas com mais de 60 anos, que dispõem de tempo livre e condições financeiras favoráveis para aproveitar o turismo”.

Com o aumento da expectativa de vida com maior qualidade, este segmento se torna mais independente e com um alto grau de mobilidade – em termos de migração sazonal ou permanente, para novas localidades, que vale a pena direcionar para a oferta de serviços e produtos para a terceira idade com ênfase em viagens

A diferença entre o programa Viaja Mais Melhor Idade e um pacote turístico comum está no fato de o Ministério do Turismo haver definido um conjunto de medidas para incentivar o consumo do turismo pela terceira idade. São disponibilizados pacotes turísticos com preços diferenciados, transporte aéreo ou rodoviário adaptados para a Melhor Idade (BRASIL, 2007).

Surge então a necessidade de buscar dados sobre a demanda pelo turismo da terceira idade no contexto brasileiro. Segundo Sena, González e Ávila (2010), aparece como uma demanda emergente, despertando atenção da sociedade. A infraestrutura necessária para responder à essa demanda é relativamente incipiente, com programas sociais e serviços precários. A maior parte das atividades do turismo atual serão dirigidas à satisfação desta nova demanda turística, que exigirá novas formas de “fazer” turismo.

“É importante saber que a expectativa de vida ativa está aumentando na maioria dos países e, em decorrência, mais idosos são capazes de aderir ao lazer ativo e às oportunidades de turismo por um período maior na terceira idade”. Filho e Batista (2010). a expectativa de vida está aumentando cada vez mais, e os idosos estão aderindo a lazer e o turismo com mais frequência por um período, e isso faz com que eles se sintam mais capazes e cheio de disposição para praticar o lazer.

Assim, este segmento turístico também está crescendo no Brasil, principalmente pela maior conscientização da importância da atividade física e do lazer para se ter uma vida melhor, o que induz a refletir sobre o conceito de turismo da terceira idade como um tipo de turismo planejado para as necessidades e possibilidades de pessoas com mais de 60 anos, que dispõem de tempo livre e condições financeiras favoráveis para aproveitar o turismo (MOLETTA, 2000, p.8).

O turismo da terceira idade está crescendo muito forte no Brasil, por conta de muita conscientização da importância que atividade física e do lazer para que se ter uma



vida saudável, e que acarreta a pensar muito sobre questão do lazer e turismo na terceira idade, como um tipo de turismo planejado para atender as necessidades e possibilidades de pessoas mais de 60 anos, que obtém condições financeira e tempo livre para aproveitar o turismo.

A velhice deve ser considerada como a idade da vivência e da experiência e jamais deve ser desperdiçada. O futuro será formado por uma legião de indivíduos mais velhos e, se não estivermos conscientes sobre as transformações e preparados para enfrentar essa nova realidade, estaremos fadados a viver em uma civilização solitária e totalmente deficiente de direitos e garantias na terceira idade. Filho e Batista (2010). Portanto, esse segmento de mercado com sua formação, suas condições socioeconômicas, seus interesses e até sua própria experiência como consumidores de turismo, deve ser considerado e, cada vez mais, merecedor de novos estudos e pesquisas que resultem em melhoria na qualidade de vida dessa população uma vez que os idosos deverão estar cada vez mais envolvidos na vida política, econômica e social da comunidade e da nação.

Para aceitar o envelhecimento, o público da terceira idade deve aproveitar a vida, mesmo tendo consciência de que seus corpos não possuem mais o vigor da juventude. Eles têm a seu favor o tempo disponível para conhecer novos lugares, fazer amigos e divertir-se sem pressa (Silva, 1994).

O público da terceira idade não devem se preocupar com a questão fisiológica do corpo, para se fazer do turismo uma forma de lazer e aproveitar os momentos que ele disponibiliza, , conhecer lugares novos e fazer amigos.

O atendimento ao turista idoso deve atentar para vários aspectos com destaque para a segurança, o bem-estar, a higiene e a acessibilidade O material de divulgação pode ter letras maiores para facilitar a leitura, a comunicação deve ser mais pausada e os programas e atividades de lazer devem ser adaptados às necessidades individuais ou coletivas e os recursos humanos devem ser treinados para respeitar as diferenças, observando possíveis problemas e mantendo sempre uma relação afetiva positiva.

A Associação Brasileira dos Clubes de Melhor Idade (2006) divulgou que, em média, seus associados viajam três vezes por ano, uma das quais é para o exterior. Além disso, os programas para a terceira idade têm mobilizado principalmente o público feminino, pois nove em cada dez turistas são mulheres, na maioria viúvas. Esses turistas preferem fazer viagens divertidas, além de darem prioridade para conhecerem novos lugares, pessoas e culturas.

Segundo Associação dos Clubes de Melhor Idade, divulgou que, em media, seus associados viajam mais de três vezes por ano, entre elas para o exterior, além de mais o programas para terceira idade tem mobilizado muitas pessoas deste segmento, e

principalmente o público feminino, porém em cada dez turistas nove são mulheres na maioria viúvas, esses turistas optam para fazer viagens bem divertidas, e priorizam para conhecer lugares novos, pessoas e culturas.

“Dentre as principais motivações que levam esse tipo de turista a realizar viagens estão o turismo religioso, o de saúde e o social”. Silva, Kuashano e Ávila (2008). As principais motivações que levam esse público a fazer viagens são: o turismo religioso, turismo social e o social.

Os signos do envelhecimento são invertidos e assumem novas designações: nova juventude, idade do lazer, melhor idade etc. Da mesma forma, invertem-se os signos da aposentadoria, que deixa de ser um momento de descanso e recolhimento, para tornar-se um período de atividade e lazer (Souza & Souza, 2005).

De acordo com Souza e Souza, o nome terceira idade substitui a velhice, onde a aposentadoria ativa se opõe a aposentadoria, o asilo passa a ser chamado de centro residencial, e aposentadoria deixa de ser momento de reclusão, de descanso, e recolhimento para se tornar um período de viver mais a vida e desfrutar tudo de bom que atividade de lazer e turismo oferece.

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1 Tipo de pesquisa**

O presente estudo se caracteriza como uma pesquisa descritiva de abordagem qualitativa segundo Silva & Menezes (2000, p.21), “a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: entrevista e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento”. De abordagem qualitativa que de acordo com Alves (2007,p.58). O pesquisador procura captar situação ou fenômeno em toda a sua extensão. Trata de levantar possíveis variáveis existentes e na sua interação, o verdadeiro significado da questão, daí a experiência do pesquisador ser fundamental. O pesquisador colhe informações, examina cada caso separadamente e tenta construir um quadro teórico geral.

A pesquisa qualitativa assume diferentes significados no campo das ciências sociais. Compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam a descrever e a decodificar os componentes de um sistema complexo de significados. Tem por objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social, trata-se de reduzir a distância entre indicador e indicado, entre teoria e dados, entre contexto e ação (MAANEN, 1979 p.520).

Com relação aos procedimentos técnicos esta pesquisa classifica-se como estudo de caso, já que tem como objetivo analisar o desenvolvimento do turismo de terceira idade na cidade de Natal/RN, através da atuação das agências de viagens. Ponte (2006) considera que o estudo de caso é uma investigação que se assume como particularista, isto é, que se debruça deliberadamente sobre uma situação específica que se supõe ser única ou especial, pelo menos em certos aspectos, procurando descobrir a que há nela de mais essencial e característico e, desse modo, contribuir para a compreensão global de um certo fenômeno de interesse.

#### **3.2 Universo da pesquisa**

O universo desta pesquisa são as agências de viagens situadas em Natal/RN, como a pesquisa além de ser uma pesquisa bibliográfica. Esta pesquisa tem como foco de estudo com quatro agências que aceitaram participar da entrevista que são Dandara turismo e eventos, Momentos tour, Glyce tour agencia Inarai tour, a seleção dessas agências utilizou-se

o critério de amostragem não probabilístico do intencional.

Levine et al., (2008, p. 218) afirma que em uma amostra não probabilística você seleciona os itens ou indivíduos sem conhecer suas respectivas probabilidades de seleção. Ou seja é uma pesquisa onde o pesquisador escolhe seus entrevistados de uma forma intencional e essa técnica geralmente é utilizada para os estudos de pequena proporção que procedam grandes investigação.

### **3.3 Coleta de dados**

A coleta dos dados foi feita em dois momentos. O primeiro foi a análise bibliográfica, onde foram pesquisados em livros, artigos científicos, sobre a temática lazer e turismo na terceira idade.

A segunda etapa foi realizada uma entrevista com perguntas abertas com os quatro gestores/proprietários das agencias selecionadas, no qual tinha o objetivo de conhecer a atuação das agencias no segmento de turismo de terceira idade.

Para o presente estudo optou-se pelo modo de entrevista semiestruturada, ou seja, perguntas abertas como ressalta Roesch (1999) que uma entrevista não estruturada. é onde o entrevistador faz perguntas de um tema específico e o informante tem a liberdade de responder sobre o assunto questionado. Entretanto essa técnica permite uma maior interpretação do entrevistador sobre os conhecimentos dos informantes, no qual permite ter dados relevante sobre o tema a ser pesquisado.

### **3.4 Análise dos dados**

A análise dos dados foi feita de forma descritiva, onde inicialmente descreveu-se o perfil dos entrevistados e posteriormente utilizou-se como técnica de analise dos dados a analise do conteúdo.

De acordo com Bardin (1977), a análise de conteúdo é definida como um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. Ainda segundo Bardin, análise de conteúdo é um método muito empírico, dependente do tipo de fala a que se dedica e do tipo de interpretação que se pretende como objetivo. Não existe o pronto-a-vestir em análise de conteúdo, mas

somente algumas regras de base, por vezes, dificilmente transponíveis. A técnica de análise de conteúdo adequada ao domínio e ao objetivo pretendidos, tem que ser reinventada a cada momento, exceto para usos simples e generalizados, como é o caso do escrutínio próximo da decodificação e de respostas a perguntas abertas de questionários cujo conteúdo é avaliado rapidamente por temas. (BARDIN, 1977).

## **4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Para conhecer as atuações das agências de viagens no desenvolvimento do turismo de terceira idade na cidade de Natal/RN foram realizadas entrevistas com os proprietários de 4 agências de viagem em Natal. A análise dos dados coletados foi dividida de duas formas, primeiramente foi feita a análise do perfil das agências de viagem depois foi feita uma análise sobre as contribuições das agências de viagem para o desenvolvimento do turismo de terceira idade na cidade de Natal/RN

### **4.1 PERFIL DA AGÊNCIA DE VIAGEM A**

A Inarai tour, é uma agência de turismo que está localizada na avenida Rio Branco 865 s1 1- Cidade Alta Natal/RN com 15 anos de atuação no mercado, ao longo da história, têm se especializado no atendimento a grupos da melhor idade, escolas, paróquias e entidades de classe. O know-how adquirido nas experiências com grupos em excursões por todo o Brasil, América do Sul e Europa, nos credencia a oferecer serviços que contribuem para a melhoria da qualidade de vida das pessoas, tendo como diferencial o desejo de partilha da vida de cada um dos nossos clientes de uma forma harmoniosa e fraterna. Trabalha na elaboração de roteiros turísticos, eventos religiosos e pacotes específicos a pedido dos seus clientes, bem como, venda de passagens aéreas, pacotes internacionais, Fernando de Noronha e Cruzeiros marítimos.

Dispõe de frota de ônibus, micro-ônibus e vans (serviço terceirizado), dotados de toda a infraestrutura necessária para atender o mais exigente público e uma equipe multi-disciplinar composta de: recreacionista, terapeuta, cuidador e acompanhante de idosos, guias acompanhantes e guias locais credenciados pelo Ministério do Turismo.



**Fonte:** Dados da pesquisa, 2013.

#### **4.2 PERFIL DA AGÊNCIA DE VIAGEM B**

A dandara turismo é uma agencia de turismo que fica na Avenida Praia de Tibau, 2114 Ponta Negra, a história marcada pela qualidade e segurança dos serviços prestados a seus clientes, e os vários diferenciais oferecidos. Em passeios ou viagens nossos clientes são conduzidos em veículos que oferecem conforto e segurança, além de uma equipe de profissionais qualificados e preparados para um pronto atendimento e assistência integral. Nossos profissionais estão aptos a lhe prestar uma assessoria no planejamento de suas férias, passeios e viagens. Enfim, de acordo com as condições que o momento lhe proporciona.

Acreditamos que através da competência e do amor, que lastrea os movimentos da existência desta empresa, a dedicação aos nossos clientes é nossa meta, e como consequência de tudo isso, novos e novos clientes surgem, e mais, e mais dedicação é direcionada a nossa clientela.

##### **Missão:**

- Acolher o cliente na busca da realização dos seus sonhos;
- Valorizar os aspectos da cultura popular nordestina;
- Criar valor investindo na qualificação do capital humano e no clima organizacional por meio da gestão participativa;
- Promover o turismo com qualidade e segurança comprometendo-se com o meio ambiente.

##### **Visão**

Ser reconhecida nacionalmente como a melhor empresa de turismo emissor e receptor do Rio Grande do Norte.

- Inovação - Desenvolver constantemente serviços diferenciados da mais alta qualidade.
- Credibilidade – Superar as expectativas dos clientes na prestação dos serviços
- Marca – Sinônimo de Qualidade

### Serviços

A Dandara turismo oferece uma enorme variedade de produtos turísticos como:

- Passagens aéreas Nacionais e Internacionais
- Hotelaria Nacional e Internacional
- Cruzeiros
- Locação de Veículo
- Pacotes e excursões com serviços diferenciados
- Assistência Viagem
- Lua de Mel e Noite de Núpcias
- Fernando de Noronha
- Receptivo em Natal



**Fonte:** Dados da pesquisa, 2013.

### 4.3 PERFIL DA AGÊNCIA DE VIAGEM C

Atuando desde 2000, na Av. Jaguarari 1500, Alecrim a Gleyce Tour trabalha para fazer de sua viagem um momento inesquecível e único. Especializada no turismo emissivo e receptivo nacional e internacional, a agência foca seus esforços para manter a excelência no atendimento de seus clientes de maneira responsável e segura.

A Gleyce tour faz de sua experiência no mercado o seu slogan e principal diferencial:

Viaje com quem já conhece!

A agência conta ainda com uma diversidade de serviços para melhor atendê-lo:

Passagens aérea Nacional e Internacionais;

Receptivo;



Seguro viagem;  
Cruzeiros marítimos;  
Hotelaria;  
Passeios;  
Locação;  
Passeios personalizados.



**Fonte:** Dados da pesquisa, 2013.

#### **4.4 PERFIL DA AGÊNCIA DE VIAGEM D**

Uma agência de turismo e eventos, criada em 2006, situada na Avenida Jaguarari, 1364 – Barro Vermelho Natal/RN, fundamentada no conceito de turismo personalizado e que atua no ramo de viagens e eventos de uma forma integrada, atendendo, especialmente, o público de melhor idade. A agência foi aberta para trabalhar com o público da terceira idade, há 7 anos atrás iniciamos um projeto que é viagem momentos da maturidade então foi o pontapé inicial da empresa.

##### **Serviços:**

- Pacotes Turísticos nacionais e internacionais;
- Passagens Aéreas nacionais e internacionais;
- Reserva de Hotéis nacionais e internacionais;
- Aluguel de Carros;
- Receptivo;
- Cruzeiros;
- Cerimonial e Eventos;

- Atendimento Domiciliar



**Fonte:** Dados da pesquisa, 2013.

Depois da descrição do perfil das agências de viagem prosseguiu-se com a análise dos dados que foram coletados com 4 agentes de viagem, que falaram sobre a terceira idade com relação aos pacotes oferecidos na agência para este público, levando em conta o crescimento desse novo nicho no mercado, levando em consideração a qualidade na prestação dos serviços e quanto na escolha dos destinos, e os hotéis para este público que é a terceira idade.

De acordo com as perguntas feitas durante entrevistas foi perguntado quais as principais pacotes e destinos oferecidos para os turistas de terceira idade, as respostas dadas foram, conforme mostra nas falas a seguir:

Os principais pacotes oferecidos é o turismo religioso que tem maior preferência, ou locais com a natureza seja ponto forte. Eles gostam do lugar com que possa voltar as raízes, explorar bastante a comunidade, a gastronomia, a dança e a música tem que estar presente. (agente de viagem1).

A gente já levou eles para Disney, já levamos para travessia dos lagos no Chile, no Seridó, corraí nos todos dentro das limitações deles, a gente procura melhor hotel, melhor roteiro, melhor ônibus, as principais paradas. (agente de viagem 2).

Entendidos como bens de consumo, quando apropriados pela indústria do entretenimento, ou possibilidades de vivência de experiências exteriores à esfera do trabalho, no senso comum, lazer e turismo frequentemente são relacionados como sinônimos. Na sociedade atual, o conceito de turismo tem sempre uma conotação lúdica, aproximando-se do lazer, enquanto as férias representam o tempo disponível para o lazer e as viagens turísticas (CAMARGO, 2001).

Atualmente, os indivíduos que chegam aos 60 anos de idade, o fazem em condições bastante distintas daquelas de algumas décadas atrás, no que diz respeito à

qualidade de vida, diante disso foi perguntado qual o tipo de turismo que a terceira idade mais procura conforme as respostas dadas, a grande maioria viaja por lazer, e turismo religioso.

lazer. Aqui no estado os lugares que eles mais procuram o interior como Seridó, Martins, e para fora do estado, gostam de ir a fortaleza e recife. Quanto a viagem internacional a Europa principalmente o turismo religioso que é muito forte na terceira idade, como Portugal especificamente na Fátima e Lurdes na França. Aqui no estado trabalhamos também com o turismo religioso montamos os pacotes para a festa de padroeiras de grandes cidade, como de Caicó Santana, montamos os pacotes para procissão, festa de santa luzia em Mossoró. O turismo religioso dentro do Estado é muito forte para este publico.(a gente de viagem 1).

O segmento é o turismo regional, rural e religioso. (agente de viagem 2).

Incontestavelmente, hoje as pessoas da terceira idade têm uma formação melhor que as gerações anteriores e possuem um maior grau de exigência pela qualidade dos serviços. O que leva esse publico procura, e as expetativas deles ao procurar uma agencia de viagens. A pesquisa mostra que a maioria por questão de segurança, entre outros fatores conforme mostra nas falas a seguir.

Segurança, acolhida, profissionais qualificados e habilitados para poder trabalhar este perfil de grupo que é muito exigente. Que exigência seria isso segurança total. (agente de viagem 3).

Eles procuram agencia por segurança, quando a gente iniciou, fazíamos o atendimento em casa, para que os filhos, maridos conhecessem quem eles estavam andando. (agente de viagem 1).

Segurança, diversão, conhecer outras pessoas da sua idade, e fazer amizades. (agente de viagem 2).

Outra pergunta que foi questionada foi o que mais motiva o idoso a procurar uma agencia de viagem diante da internet e todas a facilidades, por quê eles procuram uma agência, de acordo com as respostas dos agentes de viagem, pode se afirmar que a grande maioria procura uma agencia de viagem por questão de segurança, ter profissionais treinados e capacitados que vão estar junto deles desde de primeiro momento da viagem, durante e depois da volta, para garantir a segurança total deles conforme mostra nas falas a seguir.

Pedindo, e segurança, pois uma agencia de viagem vai poder orienta-lo, vai poder estar orientando em questão de seguro de viagem, como proceder com guias locais, com guias de excursão, o agente de viagem é aquela pessoa que vai esta monitorando, orientando a viagem desse grupo de melhor idade. (agente de viagem 1).

O nosso diferencial é que a gente trabalha com tudo incluso, então isso ser para Goiânia como serve para Nova York , e para França, quer o lugar que eles não iam antes, porque diziam como é que vou pedir uma comida? E se eu me perde? Então hoje em dia eles procuram uma agencia especificamente, porque já sabem que vai com guia acompanhante no mesmo voo desde Natal e durante a viagem 24 horas por dia até volta. (agente de viagem 2).

Para Pela segurança e confiança na agencia. (agente de viagem 3).

Para Fromer e Vieira, 2004 os parâmetros adotados para determinar o ingresso do ser humano na terceira idade foram os de 65 anos, para os países desenvolvidos, e de 60 anos para aqueles em via de desenvolvimento, tomando por principio a expectativa de vida de suas populações. No ano de 200, no entanto, a ONU acabou adotando 60 anos como critério geral para designar a pessoa idosa, objetivando padronizar os percentuais estatísticos. Há razões para acreditar que parte da sociedade esta voltando sua atenção para questões da terceira idade, até porque já percebeu a importância atual dessa parcela da população e a influencia que ela exercera em um futuro próximo. Esse incipiente reconhecimento, porem, não deve ser interpretado apenas como uma concessão social. É sobretudo, uma conquista dos idosos.

Ao serem perguntado sobre o crescimento da terceira idade no Brasil se vem influenciando na hora de montar o pacote, houve a resposta positiva da parte dos agentes de viagem, que disseram que aumentou muito a demanda conforme mostra as falas.

Com certeza, hoje percebe-se que é um nicho que esta crescendo mas, tem que ter uma preocupação muito grande, porque quando se trabalha com terceira idade você tem que procurar ver as dificuldades locais, ai sim devido a acessibilidade. Então essa preocupação com acessibilidade tem que ser muito grande, ate pra que eles possam fazer o passeio onde possam usufruir de tudo que tem direito (agente de viagem 1).

Não. Porque não temos só um publico que é voltado a terceira idade, mas temos casos específicos que a gente tem uns pacotes que é voltado para terceira idade ai influencia (agente de viagem 2).

Com certeza, ate os fornecedores eles já despertaram pra isso como uma excelente oportunidade de controlar a sazonalidade, e ai numa baixa estação, dia de semana, que o idoso perfeitamente pode viajar, a gente já esta conseguindo tarifas bem diferenciadas.(agente de viagem 3).

O atual quadro demográfico brasileiro corrobora para essa projeção. Além de registrar o expressivo crescimento dessa faixa etária, aponta, para o futuro, uma tendência inequívoca de aumento do numero de habitantes com idade superior a 60 anos. Fromer e Vieira 2004.

Nesse contexto, surge através do Governo Federal, o programa Viaja Mais Melhor Idade. Segundo dados disponibilizados na página do Ministério do Turismo na internet, este programa tem como principal objetivo estimular e tornar possível que pessoas com mais de 60 anos possam viajar e fazer turismo pelo Brasil durante os meses de baixa ocupação ou baixa estação, isso motivou o aumento da procura, a maioria disse que não conforme mostra nas falas a seguir:

Eu acredito que aumentou, ate porque as facilidades são maiores principalmente a questão de parcelamentos. Onde hoje eles podem parcelar em 24 vezes, quarenta e duas vezes. Os bancos como a caixa econômica e outras já trabalham em parceria com agentes de viagens prestando essa facilidade. (agente de viagem 1).

Não. A gente não tem nenhum impacto por esse projeto do governo. (agente de viagem2).

Se motivou a procura isso na realidade complicou a minha vida. Porque o Ministério do Turismo nem de longe sabe o que é trabalhar com o idoso. Se você for analisar últimas entrevistas que saíram no fantástico botou um idoso em cima de banana bote. Eu levo meu idoso para assistir missa em trindade e ele cai porque é um barracão descendo. Avaliar o meu idoso em cima de banana bote andando no mar, aquilo ali eles não sabem, eles não tem mínima ideia, os hotéis que eles colocavam para melhor idade não adequava com o perfil deles. E eles chegavam pra mim dizendo que vai só pagar metade na passagem aérea, que na verdade não é bem assim que as coisas funcionam, acabam jogando a ideia e a gente que tem que se explicar. Agora tive que me adaptar varias realidades por exemplo, tem capital de giro melhor, porque eles pregam financiamento descontadas em boleto bancário já no salário, então a gente que teve que ter o capital de giro para financiar junto as operadoras aos hotéis e tal, eles iam pagar a gente do jeito que pagavam do ministério. (agente de viagem3).

Com o aumento da expectativa de vida com maior qualidade, este segmento se torna mais independente e com um alto grau de mobilidade – em termos de migração sazonal ou permanente, para novas localidades, que vale a pena direcionar para a oferta de serviços e produtos para a terceira idade com ênfase em viagens. Inquestionavelmente, o turismo de terceira idade deverá constituir um expressivo fator de desenvolvimento do tráfego turístico e das destinações de viagens tanto nacionais quanto internacionais.

A terceira idade é pelo menos teoricamente, um período de vida privilegiado em relação à quantidade de tempo livre, já que diminuem as obrigações profissionais e a família já não requer mais uma atenção tão significativa, a época do ano que tem maior de turistas de terceira idade conforme mostra nas falas a grande maioria viaja na baixa estação, por ser uma época mais tranquilo, e o custo também é menor.

A baixa temporada, o custo fica mais baixo, tanto das tarifas de hotelaria, quanto das companhias aéreas e acredito muito nos locais onde vamos visitar eles não estão tão cheias, então eles podem comer melhor, se hospedar melhor, passear e conhecer melhor além de custo e beneficio. (agente de viagem 1).

O ano todo. E a gente procura fazer pacotes na baixa estação até para o valor ficar mais acessível e a procura é maior (agente de viagem 2).

Tem todas as épocas do ano, menos a da alta estação que é de janeiro junho e julho, porque é o mês que vão a casa de praia ficar com os netos, o mês que dedicam a família. Tiram as férias na universidade da terceira idade, então a grande maioria vão para casa da praia, passam um mês, outras vão visitar os netos no lugar que eles moram, janeiro, junho e julho é planejamento. O melhor tempo para eles é na baixa estação. (agente de viagem 3).

É preciso ter sensibilidade, criatividade e inovação para compreender a idade que o indivíduo tem, bem como a que ele sente que tem, a fim de criar estratégias de segmentação de mercado por meio de grupos homogêneos da mesma faixa etária. Quais são as estratégias

que as agencia utiliza para atrair esse publico, e como é feita a divulgação dos pacotes para os turistas de terceira idade, as respostas foram seguintes.

A primeira estratégia é o pacote diferenciado e personalizado onde o cliente vai vivenciar e experimentar ele não é um turismo de observação, o cliente ele vai interagir no local onde ele vai visitar. A divulgação ela é feita através do e-mail, panfletos, reuniões que fazemos com o grupo de melhor idade nos condomínios, igrejas, assim é divulgado os nossos pacotes e por indicação.(agente de viagem 1).

Muito boca a boca, muitos que já conhece a agencia divulga para os amigos, e também temos uma equipe de colaboradores no interior do estado que fazem o trabalho de visitar as casas, divulgar os pacotes. Isso é a nossa forma de alcançar os nossos públicos. (agente de viagem 2).

Mala direto em casa. É a maneira que elas mais observam, apesar de facebook, instagram, e e-mail está crescendo muito no meio deles. Não uso isso nem só para captar mas também para manter quando a gente esta viajando, e tem celular habilitado internacionalmente que facilita o contato com a família que ficaram aqui, e a todo momento estou postando as fotos do grupo momentos chegou em Lisboa junta todo mundo e tira as fotos e posta para os familiares ficarem tranquilos e isso esta aproximando mais a gente do nossos clientes. (agente de viagem 3).

Depois da análise dos dados coletados, percebe-se que os as agências pesquisadas que trabalham com o publico da terceira idade, vem se preocupando com a questão de acessibilidade, a segurança, e na hora de montar os pacotes, há todo planejamento com relação aos destinos, meios de hospedagem, transporte com maior comodidade e conforto, porem todo o cuidado é feito antes e durante a viagem. Como a grande maioria viaja na baixa estação, fica mais fácil escolher meios de hospedagem que enquadram no perfil deles.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho de pesquisa teve como objetivo analisar o desenvolvimento do turismo de terceira idade na cidade de Natal/RN, através da atuação das agências de viagens.

Como ficou demonstrado pela pesquisa aqui realizada, dentre os principais pacotes oferecidos pelas agências de viagens aos turistas de terceira idade, estão envolvidos o turismo religioso, o turismo rural, e regional principalmente no Seridó que tem maior preferência, ou locais com a natureza são pontos fortes.

Diante da análise dos dados, foi possível observar que os idosos gostam também do lugar com que possam voltar às raízes, explorar bastante a comunidade, a gastronomia, a dança e a música tem que estar presente, o turismo dentro do Estado é bem visto para este público que procura a tranquilidade e diversão no período da baixa estação.

Segundo os agentes de viagens entrevistados a grande maioria procura a agência de viagem para comprar o pacote por questão de segurança, se sentem mais acolhidos com profissionais capacitados para melhor atender suas exigências e expectativas. A internet apesar de fazer parte do dia-a-dia de todos nós, e até dos idosos nos dias de hoje, eles não se sentem a segurança de comprar seus produtos através da internet, por medo de serem enganados, entre outras crises que vem assolando o mundo virtual.

Este segmento representa uma parcela da sociedade que vem registrando um crescimento considerável a nível mundial graças aos expressivos avanços tecnológicos, a melhoria na infraestrutura básica e a evolução na área da saúde. Diante desse novo quadro demográfico a terceira idade tem recebido atenção especial, sendo cada vez mais pesquisada, na tentativa de identificar e analisar com maior profundidade este promissor e em franco crescimento do segmento. De acordo com os dados analisados, foi possível constatar que esta demanda vem influenciando muito na hora de montar os pacotes. Pois o turismo de terceira idade é um nicho que esta crescendo cada vez mais entretanto, para a elaboração dos pacotes é necessário ter uma preocupação muito grande, porque quando se trabalha com terceira idade é preciso procurar ver as dificuldades locais, uma das principais é com relação acessibilidade. Para que os idosos possam fazer o passeio onde possam usufruir de tudo que tem direito, e até os fornecedores já despertaram pra isso como uma excelente oportunidade de controlar a sazonalidade, e num período de menor fluxo turístico, como durante a semana, que o idoso perfeitamente pode viajar, é possível conseguir tarifas bem diferenciadas.

A terceira idade é pelo menos teoricamente, um período de vida privilegiado em

relação à quantidade de tempo livre, já que diminuem as obrigações profissionais e a família já não requer mais uma atenção tão significativa. Conforme dados da pesquisa a época do ano que tem maior fluxo de turistas de terceira idade é na baixa estação, por ser uma época mais tranquila, e o custo também ser menor.

Conforme exposto ao longo do trabalho, os objetivos específicos da pesquisa foram: a) Identificar quais estratégias de divulgação são utilizadas pelas agências de viagens para atingir os turistas de terceira idade; b) Descrever que tipos de pacotes são oferecidos pelas agências para o público da terceira idade; c) Identificar o perfil dos turistas de terceira idade de Natal/RN.

Os objetivos acima citados foram alcançado de uma forma positiva, o que surpreendeu na pesquisa é a questão do programa do Ministério do Turismo viaja mais melhor idade, que segundo entrevistados, o mesmo não motivou o aumento da procura, muito pelo contrário só trouxe muitos problemas para eles que lidam diretamente com o público, alegando que o ministério não sabe como é trabalhar com idoso, e que esse programa só alimentou muitas duvidas para este público, e sobrou para eles explicarem melhor como o programa funciona.

Desse modo, sugere-se aos órgãos competentes, e empresários do ramo que se empenhem mais na busca de maior comodidade, conforto, levando em consideração os produtos ofertados que possam se adequar ao perfil desse público. Sugere-se também que hajam mais pesquisa sobre turismo de terceira idade, afinal das contas estão ganhando a cada dia uma fatia bem significativa no mercado a nível mundial. É importante também dar continuidade na análise dos pacotes turísticos de outras agências que oferecem diferentes pacotes turísticos para a terceira idade e que esse público que utilizaram desses Pacotes sejam entrevistados com intuito de buscar aprofundar se suas motivações estão sendo levadas em consideração na formatação dos pacotes turísticos e se suas expectativas estão sendo atendidas para o aprimoramento e melhoria do turismo da terceira idade.



## REFERÊNCIAS

ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias**: um roteiro passo a passo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

Disponível em: [http://www.portalterceiraidade.org.br/dialogo\\_aberto/cidadania/especial0003.htm](http://www.portalterceiraidade.org.br/dialogo_aberto/cidadania/especial0003.htm). Acesso em: out. 2013.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BELTRÃO, Otto di. **Turismo: a indústria do século 21**/ Otto di Beltrão- Lorena, SP : Stiliano, 1999.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 3. Ed. Ver. Amp. São Paulo: Senac-SP, 2000.

BRASIL. Estatuto do Idoso. Lei nº 10.741, 1º de outubro de 2003.

Caderno Virtual de Turismo. **Segmentação de mercado: Uma abordagem sobre o turismo em diferentes faixas etárias** Disponível em: [www.ivt.net](http://www.ivt.net). Acessado em: Jul.2013

CASTELLI, Geraldo. **Excelência em hotelaria**. 1. ED. Rio de Janeiro : 1996.

CIDADANIA: UM ESTUDO SOBRE O PROJETO TURISMO JOVEM CIDADÃO (SESC-RJ) 2009

CHEIBUD, Bernardo Lazary. **LAZER, EXPERIÊNCIA TURÍSTICA, MEDIAÇÃO E**

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

FILHO, Julio Martins CORDEIRO; BATISTA, Selma Paula Maciel. **Turismo da terceira idade**: Demanda entre os usuários do parque municipal do idoso em Manaus. Revista eletrônica aboré. Edição 05 Dez/2010 ISSN 1980-6930.

GADELHA. Denise Pinto. **Terceira idade – Marketing, lazer e turismo**. Manaus: Editora Valer, 2007.

GARCIA, Rita Maria de Paula. **Produção de espaço pelo lazer e turismo**. Revista Eletrônica da Associação dos Geógrafos Brasileiros-Seção três Lagoa-MS, V 1 – n.º 5 - ano 4, Maio de 2007.

GOMES, Christianne Luce. **Significados de recreação e lazer no Brasil**: reflexões a partir da análise de experiências institucionais (1926-1964). Tese (Doutorado em Educação). BeloHorizonte: Faculdade de Educação/UFMG, 2003.

IBGE – **INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTÁTÍSTICA**. Perfil dos idosos responsáveis por domicílios no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2000.

LEITE, Celso Barroso. **O Século do Lazer**. São Paulo: LTr, 1995.

LEVINE, D. M.; et al. **Estatística**: teoria e aplicações. 5. ed. Rio de Janeiro: TLC, 2008. 752

p.

LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso de. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 2003.

MAANEN, John, Van. **Reclaiming qualitative methods for organizational research: a preface**, In Administrative Science Quarterly, vol. 24, no. 4, December 1979 a, pp 520-526. The fact of fiction in organizational ethnography, In Administrative Science Quarterly, vol. 24, no. 4, December 1979b, pp. 539-550

MARCELINO, Nelson. **Lazer e educação**. Campinas: Papirus, 2000.

MOLETTA, Vânia Florentino. **Turismo para a terceira idade**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2000.

PONTE, João Pedro (2006). **Estudos de caso em educação matemática**. Bolema, 25, 105-132. Este artigo é uma versão revista e atualizada de um artigo anterior: Ponte, J. P. (1994). O estudo de caso na investigação em educação matemática. Quadrante, 3 (1), pp3-18. (republicado com autorização)

Revista Turismo Visão e Ação – **Comportamento do consumidor da terceira idade** Eletrônica. Disponível em: [www.univali.br/revistaturismo](http://www.univali.br/revistaturismo). Acessado em: out.2013

SENA, Maria de Fátima de; GONZÁLEZ, Jahumara Gloria Téllez e ÁVILA, Marco Aurélio. Turismo da terceira idade: análises e perspectivas. Disponível em: [www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs](http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs) Acesso em 10 de mai 2013.

SENFFT, Maria Dulce. **Lazer saudável na terceira idade**. Caderno Virtual de Turismo, Vol. 4, N° 4 (2004).

SILVA, Fátima Sueli de Souza e. **Turismo e psicologia no envelhecer**. São Pulo: Roca, 2002.

SILVA, Tatiana Amaral; KUSHANO, Elisabete Sayuri, ÁVILA, Marco Aurélio. **Segmentação de mercado: uma abordagem sobre o turismo em diferentes faixas etárias**. Caderno Virtual de Turismo, N° 2 (2008).

SOUZA, H.M.R.; SOUZA, R.R. **Terceira idade e turismo**. In: TRIGO, L.G.G. Análises regionais e globais do turismo brasileiro. São Paulo: Roca, 2005.

SWARBROOKE, John; HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. Trad. Sulo Krieger. São Paulo: Aleph, 2002.

TOMELIN, Carlos Alberto. **Mercado de agências de viagens e turismo: como competir diante das novas tecnologia**. São Paulo: Aleph, 2001.

**Turismo e terceira idade/** Betty Fromer, Débora Dutra Vieira.- São Paulo: Aleph, 2003.-

(Colação ABC do Turismo)

[www.portalterceiridade.org.br/dialogo\\_aberto/cidadania/especial0003.htm](http://www.portalterceiridade.org.br/dialogo_aberto/cidadania/especial0003.htm)

Revista Turismo Visão e Ação – **Comportamento do consumidor da terceira idade**

Eletrônica. Disponível em: [www.univali.br/revistaturismo](http://www.univali.br/revistaturismo). Acessado em: out.2013

## ANEXOS



ANEXO A



ANEXO B



ANEXO C



ANEXO D



ANEXO E



ANEXO F

Fotos Disponíveis em:

[https://www.google.com.br/search?q=MOMENTOS+TOUR&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=onqKUvCKM8SrKafahIGYBA&ved=0CAcQ\\_AUoAQ&biw=1138&bih=541#q=TERCEIRA+IDADE&tbn=isch](https://www.google.com.br/search?q=MOMENTOS+TOUR&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=onqKUvCKM8SrKafahIGYBA&ved=0CAcQ_AUoAQ&biw=1138&bih=541#q=TERCEIRA+IDADE&tbn=isch) >. Acesso em 18 nov. 2013

Fotos Disponíveis em:

[https://www.google.com.br/search?q=dandara+tour&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=jX6KUuSxL8SgkAfdg4C4Bw&ved=0CAcQ\\_AUoAQ&biw=1138&bih=541#q=terceira+idade&tbn=isch](https://www.google.com.br/search?q=dandara+tour&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=jX6KUuSxL8SgkAfdg4C4Bw&ved=0CAcQ_AUoAQ&biw=1138&bih=541#q=terceira+idade&tbn=isch). Acesso em 18 nov. 201

## APÊNDICE

### ROTEIRO DE ENTREVISTA

#### 1. Idade:

- Menos de 20 anos
- De 21 a 30 anos
- De 31 a 40 anos
- De 41 a 50 anos
- Acima de 50 anos

2. **Sexo:** Feminino ( ) Masculino ( )

#### 3. Estado civil

- Solteiro (a)
- Casado (a)
- Divorciado(a)
- Viúvo (a)
- Relacionamento estável

#### 4. Escolaridade

- 1º Grau completo
- 2º Grau incompleto
- Nível superior incompleto
- Nível superior completo
- Especialização
- Mestrado
- Doutorado

#### 5. Profissão/Ocupação\_\_

6. Há quanto tempo a agência vem trabalhando com o público da terceira idade?
7. Quais são os principais pacotes (e destinos) oferecidos para os turistas de terceira idade?
8. Qual o tipo (segmento) de turismo que a terceira idade mais procura?
9. Na sua opinião, o que esse público procura, quais são as expectativas deles ao procurar uma agência de viagens?
10. Na sua opinião, o que mais motiva o idoso a procurar uma agência de viagem? (diante da internet e todas as facilidades, por quê eles procuram uma agência)
11. O crescimento da terceira idade no Brasil vem influenciando na hora de montar o pacote?
12. Com o projeto de Ministério do Turismo viaja mais melhor idade, que visa a promover as viagens de lazer para terceira idade principalmente na baixa estação, isso motivou o aumento da procura?
13. Qual é a época do ano que tem maior procura de turistas da terceira idade na sua agência?
14. Quais são as estratégias que a agência utiliza para atrair esse público? Como é feita a divulgação dos pacotes para os turistas de terceira idade?
15. Qual é o perfil dos turistas de terceira idade que compram os pacotes na agência?