

INTERCÂMBIO INTERNACIONAL PARA PESSOAS COM MAIS DE 50 ANOS: um segmento mercadológico para o turismo emissor de Balneário Camboriú – SC

Carlos Alberto Tomelin¹
Doris Van De Meene Ruschmann²
Daniela Argenta³

Resumo: Este artigo tem por objetivo analisar os interesses das pessoas com mais de 50 anos de idade, residentes em Balneário Camboriú – SC, na realização de viagens de intercâmbio internacional. O estudo se caracteriza como pesquisa exploratória com análise de dados quantitativos e qualitativos, a relação entre as variáveis identificou as principais diferenças na formação dos grupos, (faixa etária, nível escolar, tempo disponível, motivações, grau de interesse em intercâmbio internacional e tipo de hospedagem). Da técnica multivariada, utilizou-se a chamada análise de agrupamentos, classificação ou *cluster*, organizada de forma a compreender o interesse e a motivação dos grupos deste segmento. O instrumento de coleta de dados foi aplicado numa população de 323 pessoas com as características necessárias para o estudo; isto é, com idade de 50 ou mais anos de vida. Os 03 grupos formados são na sua maioria do gênero feminino. São pessoas que realizam de 01 a 03 viagens internacionais por ano, com motivações diversas e apresentam grau de médio a alto no interesse em realizar viagens de intercâmbio internacional, para adquirir conhecimento, aprender idiomas e estimula a sua reinserção social. Em um dos grupos tem-se o menor grau de interesse em vivenciar esse tipo de viagem, pois seus participantes apontam como restrições as questões familiares e financeiras, pois complementam, com parte da sua renda, o sustendo familiar de seus filhos e/ou netos.

Palavras-chave: Pessoas com mais de 50 anos. Intercâmbio Internacional. Segmento Mercadológico. Turismo emissor.

Introdução

O crescimento do número de pessoas acima de 50 anos de idade representa uma camada da população que apresentam potencialidade para o consumo de viagens internacionais. No final do

¹ Doutorado em Administração e Turismo; Mestrado em Turismo e Hotelaria; Especialização em Turismo e Hotelaria; Especialização em Marketing; Especialização em Metodologia do Ensino Superior; Graduação em Turismo. Diretor do Centro de Ciências Sociais Aplicadas: Comunicação Turismo e Lazer – Universidade do Vale do Itajaí. tomelin@univali.br

² Doutorado em Ciências da Comunicação; Mestrado em Ciências da Comunicação; Graduação em Turismo. Docente e Pesquisadora do Curso/Programa de Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria – Universidade do Vale do Itajaí. d.ruschmann@uol.com.br

³ Graduação em Turismo e Hotelaria – Universidade do Vale do Itajaí. daniela.argenta@live.com

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

século XX e início do XXI, esse segmento destaca-se como promissor para o mercado de viagens e turismo. Por isso, pode-se relacionar a renda familiar, o tempo disponível para o lazer, pois, “o turismo se transformou em um fenômeno de significativa importância nas sociedades modernas” (MOLINA e RODRIGUEZ, 2001, p. 9), e as pessoas dessa faixa etária estarão inseridas no segmento do turismo de do lazer.

Contudo, pode-se dizer que as pessoas da chamada “melhor idade”⁴ têm mais propensão a viajar, pois dispõem de menos obrigações e de mais tempo livre que lhes proporciona a melhoria da qualidade de vida e a oportunidade do consumo de viagens de lazer e de entretenimento.

Este estudo tem como objeto de pesquisa pessoas com mais de 50 anos de idade, residentes no município de Balneário Camboriú-SC, identificados em grupos de indivíduos que viajam para o exterior e que são potenciais consumidores de intercâmbios internacionais.

O tema proposto originou-se do interesse em conhecer pessoas com mais de 50 anos de idade e suas motivações para viagens de intercâmbios culturais, em países de idiomas distintos à língua portuguesa.

Diante disso, teve-se como questão problema: pessoas com mais de 50 anos de idade residentes em Balneário Camboriú-SC, podem ser potenciais consumidores de intercâmbios internacionais?

Para responder a questão-problema foi necessário caracterizar os grupos de acordo com o perfil de consumo, a fim de definir a formação e a união dos indivíduos, por meio da análise multivariada de *cluster*⁵, permitindo a formação dos grupos, unindo as variáveis de similaridade e de heterogeneidade, para caracterizar e medir a percepção sobre as viagens de intercâmbio internacional. Para analisar a temática proposta, optou-se pela pesquisa exploratória e, para avaliá-la, utilizou-se o método quanti-qualitativo.

Por meio da pesquisa exploratória identificaram-se os principais interesses das pessoas dessa faixa etária, além de, empiricamente, verificar os seus medos, dúvidas e as curiosidades em relação a viagens de intercâmbio internacional. A técnica da coleta de dados foi a da aplicação de questionários – com 44 questões (abertas e fechadas), com foco em perguntas relacionadas com viagens dentro do Brasil, para o exterior, aquelas de intercâmbio internacional, além de questões

⁴ Neste estudo, consideram-se pessoas com 50 anos ou mais, de modo que, ao chegarem aos 60 ou 65 anos ou mais (conforme o país e a cultura), constituem o grupo da chamada “terceira idade”, “melhor idade”, idosos que, apesar dos 50 anos frequentam os cursos da UNIVALI - “Univida” e o de “Mais e Melhor idade”, constituindo-se, assim, a amostra da pesquisa.

⁵ “Análise de conglomerados é uma técnica usada para classificar objetos ou pessoas em grupos relativamente homogêneos chamados conglomerados. Os indivíduos em cada conglomerado tendem a ser semelhantes entre si, mas diferentes indivíduos em outros conglomerados” (MALHOTRA, 2001, p. 526).

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

do perfil bio-socioeconômico dos entrevistados. O instrumento de pesquisa – questionário - foi aplicado a grupos e pessoas de forma aleatória, considerando-se a amostra de 323 indivíduos com mais de 50 anos e como pergunta filtro, a questão que se referia a realização anterior de viagens ao exterior. As pessoas participantes da pesquisa eram dos cursos de Extensão “Univida” e o de “Mais e Melhor idade”, ambos da Universidade do Vale do Itajaí no 2º. Semestre de 2012.

O período dos encontros ocorreu de agosto a novembro de 2012 e, como dificuldades para a realização da pesquisa, destacam-se as condições climáticas (chuva) e o período do dia para encontrar as pessoas, o contato restrito via internet uma vez que grande parte do grupo-alvo não dominava esta forma de comunicação e os encontros dos grupos que ocorriam apenas uma vez por semana.

Além dessas, foram entrevistadas pessoas na praia Central de Balneário Camboriú, em prédios residenciais e em praças da cidade.

Para o embasamento teórico deste trabalho, discute-se a relação das viagens de turismo e lazer, os principais aspectos do turismo na atualidade, as tendências do mercado das viagens e as perspectivas do seu crescimento para os próximos anos.

Viagens de turismo e lazer

Por representar um fator importante no desenvolvimento social e econômico nas localidades onde ocorre, a atividade turística é considerada um dos principais setores econômicos da atualidade, por desempenhar um papel importante na geração de empregos e renda.

O turismo, segundo Carmo (2006,p22), “é um fenômeno social da atualidade, que gera múltiplas inter-relações (sociais, econômicas e culturais), tornando-se uma prática social”.

No mundo, dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo em 2012 (*WTTC – World Travel & Tourism Council*) apontam que, o total gerado diretamente para o produto interno bruto mundial em 2011 foi de 31,1%, sendo que o induzido, alcançou 18,2% e o indireto (composto pela cadeia produtiva, investimentos e governos) abrangeu 50,7% da cadeia produtiva de empregos. Portanto, estes valores demonstram uma realidade de envolvimento do setor turístico na geração de empregos e renda, ou seja, um desenvolvimento que funciona como agregador socioeconômico.

Considerando o desempenho do desenvolvimento brasileiro do setor, cabe destacar, segundo informações do Ministério do Turismo (2012), que a PACET (Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo) em sua 8ª edição, reuniu informações focadas em 110 mil empregadores com faturamento geral de R\$ 50,9 bilhões em relação ao desempenho turístico observado em 2011 e as previsões para o ano de 2013, sinalizam um fortalecimento econômico

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

nacional, relacionado ao aumento da demanda por viagens, investimentos, crescimento nas operações e, principalmente, na imagem do Brasil no exterior.

O segmento de turismo receptivo foi o que apresentou maior crescimento médio de faturamento, com 33,5%. Em segundo lugar, ficou o de hospedagem (22,2%), seguido das agências de viagens (19,5%) e do transporte aéreo (18,2%). Os três primeiros segmentos apresentaram, também, as maiores variações médias de crescimento em custos e preços ao consumidor (MTUR, 2012).

A prática das viagens pode ser considerada como uma atividade comum para muitos povos, principalmente aqueles considerados desenvolvidos, por vários motivos dentre os quais se destacam as viagens de lazer. A realização destes deslocamentos, no entanto, requer uma série de prestação de serviços como hotéis, restaurantes, transportadoras, entre outros.

O lazer e o turismo são, atualmente, atividades incorporadas ao cotidiano moderno do período pós-industrial, onde a busca por mais tempo fora as obrigações profissionais, pessoais e familiares se une a um “conjunto de atividades desenvolvidas pelo indivíduo seja para descanso, para divertimento, para seu desenvolvimento pessoal e social” (DUMAZEDIER, 1976, p. 34 apud LARIZZATTI, 2005, p. 15).

Esta busca por tempo de lazer se dá por uma questão natural do homem, a necessidade de descanso, tanto físico quanto mental, diante das atribuições da vida laboral e cotidiana nos grandes centros urbanos.

Bahl (2003, p. 197), salienta que “a sociedade pós-industrial, também entendida como sociedade da informação, redefine alguns valores do indivíduo. Os avanços tecnológicos modificam o estilo de vida e o cotidiano do homem contemporâneo, como também os seus hábitos de consumo, dentre os quais o de lazer e de turismo”.

O lazer no turismo é visto como uma das segmentações geradoras de recursos e que existem inúmeros casos de localidades que atribuem a sua base geradora de renda às atividades de lazer de cunho turístico e, segundo Dumazedier (2001, p. 20): “o lazer apresenta-se como um elemento central da cultura vivida por milhões de trabalhadores, possui relações sutis e profundas com todos os grandes problemas oriundos do trabalho, da família e da política que, sob sua influência, passam a ser tratados em novos termos”.

O entretenimento é, muitas vezes, relacionado ao lazer e está diretamente relacionado ao turismo e ao montante de valores surgidos do planejamento desta área, pois:

Assim, os espaços produzidos e explorados para fins de turismo e lazer trazem implícita e necessariamente dentre suas características e propostas atrativos que

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

visam a proporcionar entretenimento, diversão e prazer a todas as pessoas, estando intimamente relacionados à satisfação de desejos coletivos e individuais, principalmente aqueles do homem contemporâneo (BAHL, 2003, p. 204).

O que se observa, portanto, é a constituição de uma atividade resultante da busca do relaxamento e da “fuga” das obrigações laborais e que encontra na segmentação turística uma grande valorização do setor e significativos retornos financeiros que, por sua vez, geram outros investimentos que envolvem não só os atrativos, mas toda a infraestrutura e a comunidade na qual se integra.

Turismo, lazer e Intercâmbio para pessoas com mais de 50 anos

A população da faixa etária a partir dos 50 anos de idade é um grupo crescente na última década, dado devido aos avanços da medicina, da qualidade de vida, entre outros fatores que contribuem para uma perspectiva de vida mais longa. Segundo perspectivas demográficas do IBGE (2010) em 2025, o número de brasileiros será aproximadamente de 228 milhões de habitantes e informa, ainda, que a região Sudeste deverá ser formada por 80,3 milhões de pessoas, a região Nordeste por 53,07 milhões, a região Sul por 27,3 milhões e o Norte do país, por 15,8 milhões de pessoas. (SUA PESQUISA, 2012).

Além disso, observa-se que o público em questão é pertencente a uma população em crescimento, que inclui o Brasil entre as 10 nações que possuem uma faixa significativa na pirâmide etária, compondo cerca de “15 milhões de consumidores (14% da população adulta), que deve chegar a 30 milhões até 2020” (NICÁCIO, 2012).

Desta forma, a análise das informações referentes ao grupo pertencente à terceira ou da chamada “melhor” idade, consiste no acompanhamento evolutivo do crescimento deste grupo, ressaltando componentes referentes ao perfil social, econômico, intelectual, às motivações, à personalidade, os anseios, dentre outros.

No que se refere ao potencial de investimento em consumo da classe da faixa etária a partir dos 50 anos, observa-se um crescimento com características positivas, na visão do mercado, que, segundo pesquisa de SILVA (2010) do revela que “essa faixa etária tem renda mensal total de R\$ 7,5 bilhões e responde por 15% dos rendimentos de todos os domicílios; e a totalidade dessa população (93%) tem renda própria” (SILVA, 2010). Esse fato está associado, diretamente, com o aumento dos valores das aposentadorias e dos fundos de pensão, os quais apresentaram crescimento de cerca de 54% e, na média, aproximadamente 8,5% da renda do trabalhador.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Assim, fica evidente a razão pela qual este segmento da população vem chamando à atenção de diversas áreas, buscando-se entender os seus anseios e expectativas para uma caracterização e composição da oferta associada ao perfil dos mesmos (NICÁCIO, 2012).

A maioria das pessoas idosas, no Brasil é de mulheres; a renda desta faixa etária totaliza R\$ 60 bilhões ao ano (o dobro da média nacional); a renda média desta população é de cerca de R\$ 600,00; a proporção de pessoas que pertencem às classes A/B é maior do que a média nacional (38% dos idosos estão nesta classe social, contra 29% do total nas regiões metropolitanas); 68% das pessoas deste segmento influenciam as compras em seus lares; 47% dos idosos auxiliam com contribuições esporádicas, mas que ajudam a melhorar o padrão de consumo da família (NOSSA MELHOR IDADE, 2012).

Cabe destacar que este público demanda a atenção e o cuidado da mesma forma que o público convencional ou até mais, considerando os detalhes referentes à hospedagem, assim como a alimentação e o transporte. Existe a necessidade de que os parâmetros de segurança estejam adequados aos padrões relacionados às necessidades especiais deste tipo de público.

Os hotéis devem ter piso antiderrapante, rampas, corrimões e banheiros com apoio. O serviço de *check-in* deve ser rápido e o estabelecimento deve ter funcionários para auxiliar no carregamento das bagagens. O cardápio deve ser leve e o hotel deve servir as três refeições. Na questão do transporte, o motorista deve estar preparado para atender esses turistas e o ônibus precisa apresentar poltronas mais confortáveis e espaçosas, banheiros adequados e escadas adaptadas para diminuir a altura do chão ao primeiro degrau quando do embarque e desembarque dos idosos (NOSSA MELHOR IDADE, 2012).

O perfil do viajante da terceira ou “melhor” idade pode ser caracterizado da seguinte forma: 43,1% exercem "atividades diversas", os "aposentados" somam 41,8% e os "do lar" totalizam 15,1%. As viagens que mais ocorrem são aquelas a lazer, caracterizando um índice de 96,5%. Das razões e motivações para viagens deste grupo destaca-se: "convívio com a família" (53,3%), "férias" (44,0%), "recreação - entretenimento" (32,0%) e "fazer novas amizades" (28,8%). Já as pessoas que informaram viajar a trabalho e aquelas que não costumam viajar, são 8,8% e 1,8%, respectivamente (PROVAR/FIA, 2012).

O que se observa é, portanto, a consolidação de um perfil de demanda turística com necessidades, expectativas e interesses que se cruzam com aquelas da oferta, onde público em questão atende aos requisitos mínimos esperados para sua caracterização, no que diz respeito ao tempo livre, interesse na prática do entretenimento, da recreação e a interação pessoal.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Desta forma, Fromer e Vieira (2003, p. 11) afirmam que “diante deste quadro, não há como ignorar o potencial econômico da terceira idade e seu impacto sobre os diversos setores produtivos, particularmente sobre o lazer e o turismo”.

A este contexto agregam-se os programas de intercâmbio oferecidos por agências de viagens e turismo ou, especificamente, agências de intercâmbio que trabalham, atualmente, com uma segmentação diferenciada para o público da terceira idade, onde são trabalhadas todas as necessidades especiais demandadas e oferecidas para a oportunidade de aprender novos idiomas e vivenciar experiências culturais diversas.

Observando o público com mais de 50 anos de idade, pode-se notar que a ele agregam-se características como a disponibilidade de tempo, uma vez que a maioria deste público é constituídos de pessoas aposentadas, livres das obrigações profissionais, monetariamente estáveis e motivadas para a atividade, pois já se conhecem os males relacionados ao sedentarismo, sendo “esse um segmento com grande potencial para usufruir das viagens de lazer. Seu perfil psicossocial e de consumo aponta para indivíduos interessados e bem-dispostos (física e mentalmente) para vivenciar novas experiências e adquirir conhecimento” (FROMER, VIEIRA, 2003, p. 49).

Nesta linha de raciocínio, a viagem de intercâmbio, também pode estar diretamente relacionada aos benefícios do lazer, partindo do princípio que é uma das formas encontradas, atualmente, para agregar valor cultural às viagens das pessoas idosas.

Assim, a valorização do potencial mercadológico do público de terceira idade é posto em ascensão e caracterizado como novo; pois ainda pouco se sabe sobre programas específicos para estes que envolvam especificamente o lazer e a cultura, para programas de intercâmbio. Para os próximos anos espera-se um significativo desenvolvimento para o segmento.

Como um dos principais públicos deste setor do lazer, o governo federal criou incentivos, como o Programa “Viaja Mais - Melhor Idade” e o segmento da terceira idade tem sido procurado cada vez mais pelas empresas de turismo.

De acordo com o Portal Exame (2008):

“a expectativa de vida no Brasil cresceu da média de 51 anos em 1950, para quase 73 atualmente. Em 2020, o grupo de idosos já será de quase 30 milhões. Nesse ritmo, em 2050, ao nascer, os brasileiros terão uma esperança de vida de 81 anos [...] constituindo um contingente de 64 milhões de brasileiros na terceira idade”.

Neste sentido, pode-se interpretar que, para viver mais, para ter melhor qualidade de vida, a busca por viagens e lazer entre essas pessoas será uma constante. Além disso, em Balneário

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Camboriú verifica-se que “esse mercado é crescente, uma vez que 800 mil pessoas completam 60 anos, com expectativa de vida para mais 15 anos” (SANTUR, 2012), no Estado de Santa Catarina.

Para Moletta (2000, p.46) "este tipo de público costuma viajar em períodos fora das férias normais", o que se justifica pelos preços mais acessíveis, facilidade de acesso aos locais pelo fato do menor fluxo de turistas nessa época e de já se constituir uma característica das viagens dessa geração (CUNHA, 2008).

De forma genérica, a interpretação da palavra intercâmbio se relaciona com: “a troca de produtos, a permuta, a troca de experiências, o enriquecimento cultural ou mesmo comercial. Intercâmbio também pode ser considerado como a existência de relações comerciais, culturais ou intelectuais entre nações e povos” (TAVARES, 2008, p. 238).

Cabe destacar aqui os benefícios do intercâmbio, como o desenvolvimento pessoal (amadurecimento, liberdade, autonomia, aumento de autoestima e autoconhecimento), o reconhecimento de diferenças culturais e o desenvolvimento de relacionamentos sociais mais amplos.

Atualmente, os tipos de intercâmbio são diversificados, quando se trata das localidades, da finalidade e também do público participante. Nesse sentido, observa-se a ascensão do público da terceira idade na prática deste tipo de atividade. A principal diferença entre um público (jovem) e outro (idoso) é o fator idade; o entusiasmo e a vontade de conhecer novos ambientes, novas culturas, novas pessoas, são as mesmas. É um público sem a preocupação com o trabalho e com maior tempo livre disponível.

Segundo a Agência de Intercâmbios Expomundi (2012), “é cada vez maior o número de pessoas dessa faixa etária querendo aproveitar seu tempo livre para conhecer outros países, estabelecer relações sociais e aprender outras línguas” e, uma das razões para isso é o interesse por locais em que existe a possibilidade de aprender outros idiomas.

Independente das crises econômicas de âmbito mundial, o fenômeno turístico continua se espalhando pelos continentes, em menor escala do que antes, porém, sempre crescente. Uma vez que, juntamente com o crescimento das viagens de turismo no mundo, está o crescimento da população com faixa etária a partir dos 50 anos, pois a perspectiva e a qualidade de vida estão em aumento contínuo.

Dias (2012), aponta que, pelo fato dos idosos terem mais experiência, aspiram viver os momentos que a vida lhes concedeu e, com isso, estão dispostos a pagar pelo usufruto de viagens, tornando-se pessoas de opinião relevante nas decisões familiares. “Pois, nesse momento da vida, eles têm mais propensão a gastar o que pouparam: as heranças, os fundos de capitalização, suas fontes de riqueza, as ações que deram certo”. (DIAS, 2012, p.42).

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Além disso, as agências já preparam pacotes organizados de tal forma que o cliente se sinta amparado todo o tempo da viagem, seja por guias ou pelo planejamento realizado, contando com o local da hospedagem, os serviços e os atrativos que se constituem no foco da viagem.

Ao realizar um intercâmbio a pessoa é convidada a sair da sua zona de conforto e conhecer o mundo, onde as descobertas, as experiências de novos ares, de conhecer novas pessoas e lugares geram novas perspectivas de crescimento pessoal, que marcam a vida de qualquer indivíduo.

O presente trabalho pretendeu, também, conhecer a situação atual desses viajantes, pois de acordo com Novaes (2012, p.56), “conhecer os desejos dos turistas idosos torna-se imprescindível para que o destino possa auferir resultados com a exploração da atividade turística para este segmento da atividade [...]”.

É nesta percepção que a presente pesquisa procura evidenciar, classificar e definir os interesses das pessoas com mais de 50 anos de idade para as viagens de intercâmbio internacional.

RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

A análise multivariada de *Cluster* - método aglomerativo - se inicia com a definição e caracterização das variáveis para a formação do perfil de consumo e do perfil do consumidor.

As variáveis que compõem o Perfil de Consumo são: motivação, tempo, número de viagens ao exterior por ano, hospedagem, utilização dos serviços de agências de viagens e transportes, grau de interesse em realizar viagens internacionais, grau de interesse em realizar intercâmbios internacionais, países já visitados, entre outras. Para se conhecer o perfil do consumidor as variáveis são: gênero, faixa etária, grau de instrução, idiomas, utilização de internet e redes sociais, se as pessoas são aposentadas ou não e, ainda, a sua renda mensal.

Após esta definição, foi criado o dendograma utilizando-se para isso o *Software Estatístico Action 2.3* acoplado ao *Software Microsoft Excel 2010*. Para a formação do dendograma optou-se pelo método de distância euclidiana e o método de ligação *Ward*, que classificou o número de clusters / grupos, a partir da linha de corte.

Para a definição do número de clusters, a escolha foi feita com base em tentativas, uma vez que, com esse número, os grupos se mostraram mais coesos e os valores mais representativos, definindo-se, assim, 03 grupos.

O dendograma abaixo (Figura 1) é composto pelos resultados da pesquisa realizada com 323 pessoas, unidas em 03 grupos, que se formaram a partir da heterogeneidade das respostas. Ou seja, de acordo com Tomelin (2007, p.128) “o aumento da variabilidade entre os grupos pode

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

ser utilizado como critério de decisão na definição do número de grupos mais adequados. Um dos critérios para parar o processo de agrupamento e definir o número de grupos pode ser a ocorrência de saltos muito grandes nos valores das distâncias”.

Pode-se observar que realizando a definição por 03 clusters, o agrupamento ocorre, aproximadamente, na altura 46, medida em que a distância se encontra estabilizada.

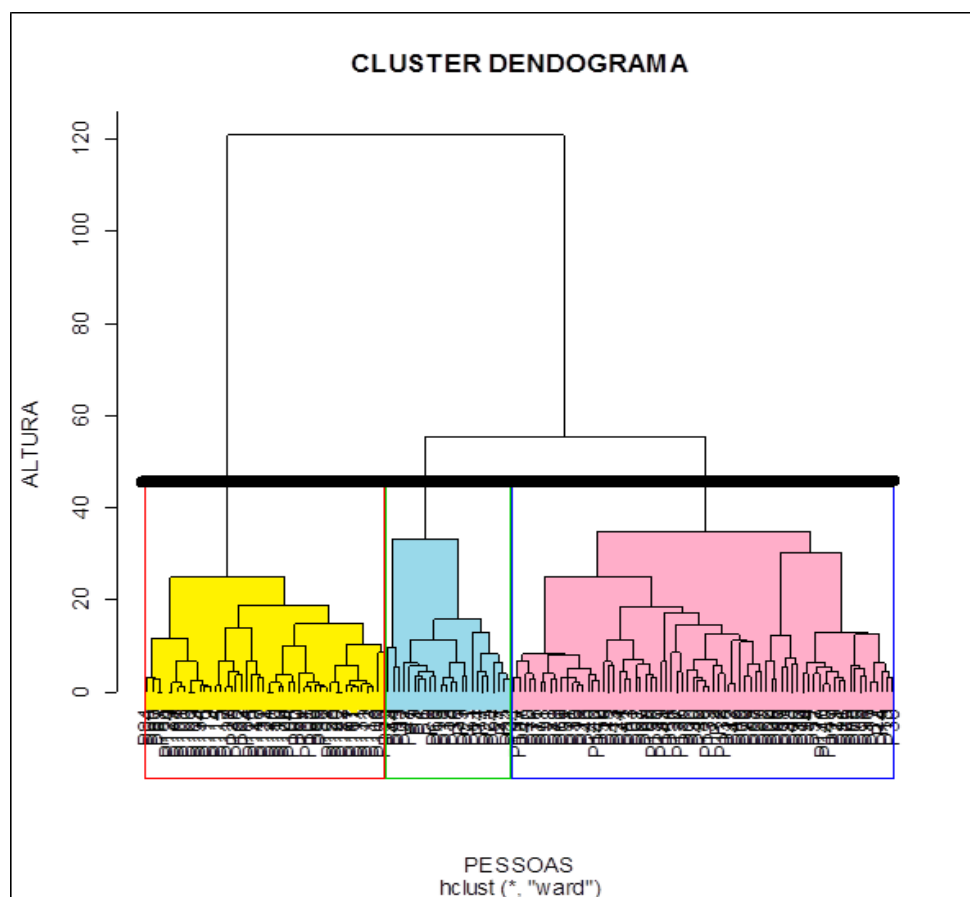


Figura 1- Dendrograma de Cluster

Conforme visualizado na Figura1, foram formados 03 clusters ou 03 agrupamentos com pessoas residentes há 20 anos (em média) em Balneário Camboriú.

O **Grupo 1** - É composto por 86 pessoas e apresenta características similares entre si em relação ao Perfil de Consumo. Assim, serão descritos a seguir seus principais atributos.

São indivíduos entre 60 e 70 anos de idade, do gênero feminino e que completaram o ensino médio (grau de escolaridade). Não falam outros idiomas, além do Português. Porém, há uma pequena parte que domina Espanhol. A utilização da *internet* e redes sociais são feitas com a

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

frequência “sempre” por alguns membros, mesmo sendo minoritários. Seus participantes são aposentados (50 %), no entanto, uma parcela foge a essa regra e ainda trabalha. Esse aglomerado possui dois extremos quando se trata de renda mensal, sendo que a maior parte ganha mais de 15 salários mínimos (13,04%) e o restante entre 01 e 03 salários mínimos (11,63%).

Neste grupo, verifica-se que a maioria já realizou viagens ao exterior (66,67%) e o grau de interesse em participar de novas viagens permanece no gabarito de médio a muito alto (39,58%). Além disso, realizam de 01 a 03 viagens internacionais por ano, permanecendo no destino entre 16 e 60 dias e com gasto aproximado entre R\$ 8.000,00 (19,23%) e R\$ 15.000,00 (26,32%) por viagem. Por isso, costumam se hospedar em hotéis de categoria 03 estrelas ou em casa de amigos, parentes ou conhecidos e utilizam os serviços das agências viagens e transportes pela segurança e comodidade.

Daqueles entrevistados que não têm interesse em realizar novas viagens infere-se que é devido ao nível socioeconômico (11,76%), que provavelmente corresponde aos indivíduos que auferem renda de 01 a 03 salários mínimos, o que dificultaria a realização das viagens ou pela justificativa de que as pessoas que ganham mais de 15 salários mínimos já possuem sua renda predestinada a outras coisas, como por exemplo: compra de remédios ou ajuda a familiares e, por esse motivo, não investem em viagens.

Os participantes desse grupo têm conhecimentos sobre intercâmbios internacionais (70,83%) e têm alto grau de interesse (13,79%) em participar desse tipo de programa para fazer curso de idioma ou trabalhos remunerados no futuro. Reconhecem que esse tipo de viagem proporciona mais conhecimentos e a oportunidade de aprender um novo idioma. Os indivíduos que possuem renda maior preferem cursos de idiomas, enquanto as outras pessoas teriam a necessidade de trabalhar para se manter no exterior.

Fica perceptível então que, no Grupo 1, há uma busca constante pelo crescimento pessoal e profissional, uma vez que a maioria que não realizou algum tipo de intercâmbio tem muito interesse em fazê-lo, para assim obter experiência vivencial. Porém, nota-se que a sua maior dificuldade é financeira, pois preferem a hospedagem em casa de amigos e parentes, ou hotéis 03 estrelas. Observou-se, também, que os entrevistados que viajam entre 1 a 3 vezes por ano (62,50%) e que costumam gastar cerca de R\$ 15.000,00 (26,32%) permanecendo nos destinos por 60 dias (58,33%), provavelmente são pessoas com uma renda mensal acima de 15 salários mínimos. As pessoas que destinariam cerca de R\$ 8.000,00 (19,23%) reais ou valores próximos a esse e que gostariam de ficar no exterior entre 16 dias ou alguns dias a mais, é possível que sejam os entrevistados que apresentam a menor renda citada nesse grupo. O que ocasiona, na maioria das vezes, a procura pelos serviços das agências de viagens, que oferecem segurança e

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

comodidade a essas pessoas (geralmente mulheres) que, talvez, não disponham de conhecimento técnico suficiente para planejar as suas viagens.

O Grupo 2 - É composto por 64 pessoas entre 50 e 70 anos de idade, a maior parte do sexo feminino, com grau de instrução até o ensino médio completo, porém, uma parte desse grupo realizou estudos de Pós-Graduação. Não possuem domínio de outro idioma a não ser o Português e na sua maioria utilizam a internet e as redes sociais com média frequência.

São pessoas aposentadas com renda entre 01 e 03 salários mínimos em sua maioria (88,37%), porém com número expressivo de pessoas que ganham mais que 15 salários mínimos mensalmente (60,87%). Já viajaram para o exterior e realizam esse tipo de viagens entre 01 e 03 vezes no ano (60,27%) com duração entre 16 e 30 dias (75%). Essas viagens fazem com que gastem, aproximadamente, entre R\$ 8.000,00 (88,89%) e R\$ 15.000,00 (85,71%) e a hospedagem normalmente é em hotéis 04 estrelas, 05 estrelas e em casas de amigos, parentes ou conhecidos. Além disso, a maioria dos respondentes utiliza os serviços das agências de viagens e transportes.

Nota-se que há uma diferença que coloca o grupo em dois extremos com relação à renda mensal dos indivíduos, dividindo-os entre entrevistados que ganham de 1 a 3 salários mínimos e de outros que ganham mais de 15 salários mínimos, de tal modo que se dividem também entre dois graus de instrução – aqueles com ensino médio completo e aqueles com Pós-Graduação sendo possível, assim, destacar que a relação entre aqueles que possuem Pós-Graduação e ganham mais de 15 salários mínimos constituem a maioria, bem como aqueles com ensino médio e que ganham de 01 a 03 salários mínimos são minoria entre os entrevistados. Neste grupo não se verificou o domínio de outro idioma.

Pode-se observar que procuram hospedagem em casas de amigos e parentes, hotéis 04 estrelas ou 05 estrelas, por se tratar de um grupo que possui uma média de renda razoavelmente elevada que realizam tais viagens e, geralmente, os entrevistados que não viajam ou não possuem interesse em fazê-las é pela falta de companhia, conhecimento ou por não possuir domínio em outro idioma.

A maioria deles nunca realizou algum tipo de intercâmbio internacional (87,67%), porém sabem o seu valor e o classificam como de interesse médio a muito alto (54,06%) e, se fossem realizar a viagem, o fariam para crescer profissionalmente. Mas, o grau de interesse em realizar tal viagem é alto (90,91%), no entanto, se fosse realizado por esses indivíduos seria com tipologia em curso de idiomas mais trabalho remunerado, trabalho voluntário, universidade ou trabalho de férias (totalizando 100% das respostas nas opções citadas), uma vez que o interesse deles é em adquirir experiência e crescer profissionalmente e não somente por lazer. É imprescindível ressaltar que a maioria do grupo afirma utilizar agências de turismo e transporte quando planejam uma viagem a turismo.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

O **Grupo 3** - É formado por 173 pessoas com idades entre 50 e 70 anos, são do sexo feminino (maioria), aposentados, mas que ainda trabalham ganhando entre 04 e 10 salários mínimos e com grau de instrução classificado em “Superior Incompleto” e “Completo”.

A maioria deles já viajou ao exterior, porém as questões sobre se falam outro idioma ou utilizam serviços de internet e redes sociais não foram respondidas. O grau de interesse em realizar novas viagens internacionais é de 23,72% e o motivo pelo qual não realizam mais viagens é a falta de tempo disponível (23,08%). Nesse caso, vale relacionar que não possuem tempo disponível, pois ainda trabalham, e as viagens, necessariamente, devem ocorrer em períodos de férias ou folgas e feriados prolongados, uma vez que destinam 10 dias para essas atividades. Gastam, aproximadamente, entre R\$ 8.000,00 e R\$ 10.000,00 por viagem (11,54%) e ficam hospedados em hotéis de categoria 04 estrelas. Têm alto grau de interesse em realizar intercâmbio internacional (68,57%) na tipologia de cursos combinados (10,84%): curso de idioma mais atividades culturais.

Por isso, pode-se dizer que o principal motivo por não realizar esse tipo de viagem segmentada é a variável tempo, uma vez que não dispõem do mesmo para poder usufruir por mais tempo de suas atividades internacionais. Além disso, são indivíduos que viajam com o intuito de se aperfeiçoar profissionalmente com cursos combinados de idioma e atividades culturais. Assim, foi possível observar que os entrevistados têm alto interesse em se aperfeiçoar, entretanto a falta de tempo dificulta o processo para tal viagem, mesmo tendo renda suficiente para tal.

Cabe ainda ressaltar que as questões voltadas para o conhecimento em relação ao significado de realizar intercâmbio internacional, a importância, o motivo pelo qual participariam do mesmo não foram respondidas, assim como se utilizam ou não o serviço de agências de viagens e transportes.

Devido a esses fatos, percebeu-se que é um grupo de pessoas mais fechadas e que não estavam dispostas a falar mais sobre suas preferências, uma vez que grande parte das questões não foi respondida. Contudo, não foi possível identificar na pesquisa o motivo pelo qual elas não foram flexíveis. Além disso, as porcentagens acima citadas são, aquelas relacionadas com as opções disponíveis no questionário e por isso, ocorreram porcentagens muito altas e muito baixas em alguns deles, porém permanece confiável, uma vez que entrevistados não quiseram assinalar tais opções.

Além disso, os países para aonde os entrevistados dos 3 grupos já viajaram internacionalmente são Estados Unidos (30 citações), Países da América do Sul (46 citações) e os Países da Europa (39 citações), e em todos os grupos, fica perceptível que as pessoas entrevistadas preferem viajar acompanhadas, seja por cônjuge e filhos ou de amigos e a principal motivação observada para a viagem está voltada para o descanso e o lazer (47 citações), seguido da visita a

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

amigos e conhecidos (32 citações), a gastronomia da região visitada (28 citações). A menos citada foi a realização de cursos em geral e contatos profissionais (32 citações). Ficou claro que os entrevistados procuram priorizar a segurança, e viajar acompanhados para se sentirem mais confiantes e isso é demonstrado também nos países para onde viajaram, pois todos são bem localizados, longe de conflitos étnico/religiosos e possuem boa relação com o Brasil.

Os locais para os quais gostariam de realizar intercâmbio internacional são: Europa (59 citações), Estados Unidos (37 citações) e Canadá (24 citações); e as motivações para esta opção é a cultura e a história (58 citações), os atrativos turísticos (50 citações), o clima e a gastronomia, ambos com 36 citações. A opção custo da permanência teve 32 citações. Além disso, os principais benefícios que o intercâmbio internacional poderia trazer, em questão discursiva e entrevista, estão o conhecimento, a cultura, novo idioma e crescimento pessoal. Em relação a existir algum ponto negativo para a realização do mesmo, a maioria das respostas foi negativa e que, com certeza, recomendariam outras pessoas a realizar intercâmbios, mesmo sem terem participado desse tipo de programa.

Para chegar até esses número de citações foi utilizada a fórmula *Cont.SE do Microsoft Excel 2010*, que revela quantas vezes as opções acima foram citadas, uma vez que uma mesma pessoa poderia ter citado mais de uma opção, salientando, assim, que essa escolha foi coerente e confiável.

A maior homogeneidade entre os grupos se encontra na faixa etária, no gênero e no número de viagens internacionais realizadas durante o ano, ou seja, em ambos os aglomerados de indivíduos a faixa etária está entre 50 a 70 anos de idade, pessoas do sexo feminino, que realizam de 01 a 03 viagens para o exterior anualmente.

Portanto, uma vez que foram apresentadas as características dos 03 grupos, é pertinente mostrar as principais diferenças entre eles, que serão explanadas a seguir, nos Quadros 1, 2 e 3, respectivamente.

- Grupo 1 para Grupo 2

Característica	Grupo 1	Grupo 2
Faixa etária	60 e 70 anos de idade	50 e 60 anos de idade
Grau de instrução	Ensino Médio Incompleto e Completo	Ensino Médio Completo e Pós-Graduação
Tempo destinado a viagens internacionais	Entre 16 e 60 dias	Entre 16 e 30 dias
Hospedagem	Hotel de categoria 03 estrelas	Hotel de categoria 04 a 05 estrelas
Frequência de utilização da internet e redes sociais	Sempre	Às vezes
Grau de interesse em realizar intercâmbio internacional	Alto	Baixo

Quadro 1 – Diferenças entre o Grupo 1 e Grupo 2

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

A partir do cruzamento de dados do Grupo 1 (G1) com o Grupo 2 (G2) é possível perceber a diferença entre as faixas etárias uma vez que o primeiro é composto por pessoas com mais idade que no segundo e que se caracteriza por ter indivíduos mais novos.

O grau de instrução das pessoas do G2 é relativamente maior que aquelas do G1, uma vez que esses possuem apenas o ensino médio completo ou incompleto e o Grupo 2 é composto por aqueles que têm o ensino médio completo ou pós-graduação. Percebe-se que o G1 é um aglomerado que disponibiliza mais tempo para as viagens internacionais de 16 a 60 dias, diferente do G2 que destina metade desse tempo, sendo eles de 16 a 30 dias, o que é notável, uma vez que com o levantamento da renda mensal, os indivíduos do conjunto 1 afirmam que, mesmo aposentados trabalham para conseguir uma renda extra ao final do mês.

Com relação à hospedagem percebe-se que o primeiro conglomerado tem preferência em se hospedar em hotéis 03 estrelas, enquanto aqueles do conglomerado 2 preferem hotéis de categoria 05 estrelas.

Relacionando a questão do uso da internet e redes sociais, o G1 apresenta poucos indivíduos que utilizam essa tecnologia, mas que procuram utilizá-la com mais frequência do que aqueles do G2. Outro ponto interessante que resultou do cruzamento dos dados, é o interesse em realizar intercâmbio internacional. O que se percebe é que o Grupo 1 tem maior interesse em realizar tais atividades se comparado ao Grupo 2 que, por sua vez, apresenta o contrário e seu grau de interesse é baixo, percebendo-se que esse grau de interesse ocorre porque os indivíduos não possuem o suficiente conhecimento para utilizar a internet e as redes sociais e, por isso, não se informam sobre os dados necessários para a realização de um programa de intercâmbio internacional.

- Grupo 1 para Grupo 3

Característica	Grupo 1	Grupo 3
Faixa etária	Entre 60 e 70 anos de idade	Entre 50 e 70 anos de idade
Grau de instrução	Ensino Médio Completo	Superior Incompleto e Superior Completo
Renda mensal	Entre 01 e 03 salários mínimos e mais que 15 salários mínimos	Entre 04 e 10 salários mínimos
Tempo destinado a viagens internacionais	Entre 16 e 60 dias	10 dias
Hospedagem	Hotel de categoria 05 estrelas e casa de amigos, parentes e conhecidos.	Hotel de categoria 04 estrelas
Motivos para não realizar viagens ao exterior	Situação Financeira – apoio a renda familiar dos filhos ou netos.	Tempo disponível

Quadro 2 – Diferenças entre Grupo 1 e Grupo 3

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Em um comparativo das pessoas do Grupo 1 (G1) com aquelas do Grupo 3 (G3), é possível perceber a homogeneidade da faixa etária, uma vez que o Grupo 3 possui membros mais novos, porém se posicionam dentro da idade mínima e máxima do Grupo 1. Já o grau de instrução entre os grupos não é semelhante, pois no primeiro o Ensino Médio Completo se sustenta como o maior nível de instrução enquanto no terceiro esse nível chega ao Superior Completo; isso permite inferir a intensidade do impacto da questão renda, uma vez que no G1 essa sofre uma grande diferença entre os indivíduos, mas no G3, se mantém mais uniforme e com pouca variação.

Entretanto, o aglomerado 1 demonstra-se como um grupo que possui mais tempo para viajar do que o três, que pode ser justificado pelo motivo de não realizar viagens ao exterior, já que no Grupo 1, o motivo é financeiro e no Grupo 3 se trata da variável tempo disponível para executar essas viagens. Na questão da hospedagem mais uma vez os indivíduos do G1, destacam preferir se hospedar na casa de parentes, amigos, conhecidos e em hotéis com classificação 3 estrelas, enquanto os entrevistados do G3 preferem hotéis de classificação 4 estrelas, o que demonstra que, mesmo sem tempo para viajar, essas pessoas tem interesse em passar os seus dias em boas acomodações, sem ter muita preocupação com os preços.

- Grupo 2 para Grupo 3

Característica	Grupo 2	Grupo 3
Grau de instrução	Ensino Médio Completo e Pós-Graduação	Superior Incompleto e Superior Completo
Renda	Entre 01 e 03 salários mínimos e mais que 15 salários mínimos	Entre 04 e 10 salários mínimos
Tempo destinado a viagens internacionais	Entre 16 e 30 dias	10 dias
Motivos para não realizar viagens ao exterior	Falta de conhecimento, de companhia e de domínio no idioma.	Tempo disponível

Quadro 3 – Diferenças entre Grupo 2 e Grupo 3

Na análise comparativa do Grupo 2 (G2) com o Grupo 3 (G3), fica visível que o grau de instrução entre os entrevistados é quase semelhante uma vez que no G2, pode-se notar a presença de indivíduos com pós-graduação, no G3 o grau de instrução que fica em superior completo, nota-se uma grande diferença no G2 com relação à renda, uma vez que há pessoas que possuem rendimentos entre 01 a 03 salários mínimos e de pessoas com mais de 15 salários mínimos, no G3, a média fica entre 04 a 10 salários mínimos. Isso demonstra também que os entrevistados do G3 dispõem de menos dias para viajar, o que acaba se tornando um motivo para não realizar viagens ao exterior, já que a variável tempo é muito importante para a realização de tais atividades. Os membros do G2 possuem três vezes mais tempo para a realização dessas

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

viagens porém, os mesmos colocam como dificuldade a falta de conhecimentos, de companhia para a viagem e de domínio do idioma para a realização dessas viagens.

Vistas as principais diferenças entre as combinações dos grupos, cabe destacar que, além disso, existem variáveis que diferem nos três grupos, que são as seguintes: faixa etária, motivos para não realizar viagens ao exterior, tempo destinado às viagens internacionais e hospedagem.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando as perspectivas futuras para as pessoas acima de 50 anos de idade em quesitos como qualidade de vida, longevidade, inserção nas mais diversas atividades e presença no mercado de trabalho, pode-se afirmar que as mesmas são potenciais compradoras de viagens turísticas internacionais. Pois, conforme comprovado pela pesquisa, são pessoas que já utilizam esse tipo de serviço e têm interesse em continuar usufruindo.

Porém, possuem necessidades, motivações e interesses diferenciados, o que caracteriza seus perfis de consumo e de consumidores. Neste estudo, três perfis distintos foram traçados, cada um com suas peculiaridades, mas comprovando o fato de que Balneário Camboriú conta com uma parcela de indivíduos que realizam viagens ao exterior e que reafirmam o desejo por vivenciar a experiência de uma viagem de intercâmbio internacional.

Viajam de 01 a 03 vezes por ano e estão dispostos a destinar acima de R\$ 8.000,00 reais para suas viagens, o que comprova que, independente da renda mensal, o valor que designam a esse segmento ainda é alto.

Além disso, os grupos formados mostraram que viajam a turismo para o exterior de 01 a 03 vezes por ano em busca de descanso e lazer, demonstrando que esse segmento apresenta potencialidade para o envolvimento social, a criatividade, a comunicação, sentimentos que proporcionam satisfação, e assim, sentem-se mais ativos com bem estar proporcionado (SÉ, 2012).

Em virtude disso, a maioria tem interesse em realizar viagens a intercâmbio internacional, seja para fazer cursos de idioma, trabalhar de forma remunerada e/ou como voluntários. Pois, entendem que aprenderão sobre cultura, culinária, novo idioma, entre outros, para buscar o crescimento pessoal e profissional.

Outro fator importante é que mesmo aqueles que dispõem de renda entre 01 e 03 salários mínimos, se deslocam do país de residência para ir para o exterior. Relevante também, salientar que essas viagens, provavelmente, são para países da América Latina, pois demandam um menor tempo e renda.

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Constatou-se, ainda que 68% desse público têm influência nas compras da família, e por isso é importante conhecer seus desejos e motivações. Verifica-se também, que os aposentados somam 41,8% da população brasileira e, desta maneira, é importante que programas específicos para atender suas expectativas sejam criados, pois são classificados como clientes potenciais do turismo, uma vez que viajam para adquirir conhecimento e enriquecimento cultural e fazer novas amizades. Por possuírem maior tempo livre, podem suprir a sazonalidade de destinos, visto que, na sua maioria preferem viajar durante a baixa temporada (NOVAES; NOSSA MELHOR IDADE; PROVAR/FIA, 2012, ASTORINO, 2008).

No entanto, mesmo com as limitações presentes no decorrer do processo de entrevistas e análises, como: dificuldade de agendar entrevistas, falta de colaboração do público alvo para responder o questionário, falsas confirmações de comparecimento aos locais de entrevista, problemas visuais e motores dos indivíduos, clima, entre outros, é possível responder a temática da pesquisa com a conclusão de que as pessoas com mais de 50 anos de idade, mulheres, da cidade de Balneário Camboriú/Santa Catarina, são potenciais compradoras de viagens de intercâmbio internacional.

Em virtude disso, verificaram-se propostas de estudos que podem ser feitos a partir da presente pesquisa, mencionadas abaixo.

- Analisar o perfil de consumo e de consumidor em relação a viagens e intercâmbio internacional da população masculina com mais de 50 anos de idade na cidade de Balneário Camboriú.
- Realizar semelhante pesquisa nas regiões turísticas do Estado de Santa Catarina.
- Desenvolver pacotes de viagens internacionais e intercâmbio personalizados para essa faixa etária.
- Analisar a infraestrutura turística da cidade de Balneário Camboriú para receber esse público.
- Avaliar a aptidão em produtos e serviços do mercado de agências de viagens e transportes de Balneário Camboriú para atender essas pessoas.

Conclui-se, assim, que a população com mais de 50 anos de idade está, cada vez mais, em ascensão e exigindo produtos especializados, pois, conforme a análise dos dados deste estudo, a realização de viagens internacionais é uma constante e profissionais devem estar preparados para atender esse *nicho* de mercado, de forma a satisfazer seus anseios e exigências.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Referências

- BAHL, M. (2003). *Perspectivas do Turismo na Sociedade Pós-Industrial*. São Paulo: Roca.
- Carmo, E. S. (2006). O Espaço do Fenômeno Turismo no Contexto Atual. In D. V. M. Ruschmann, & K. T. Solha. *Planejamento Turístico*. São Paulo: Manole.
- CUNHA, C. C. (2008). *O Turismo da Terceira Idade na Cidade de Balneário Camboriú / SC*. Recuperado em 03 novembro , 2012, de <http://www.webartigos.com/artigos/o-turismo-da-terceira-idade-na-cidade-de-balneario-camboriu-sc/3948/#ixzz2BJwBKxSd>.
- DIAS, Sonia. (2012). In D. V. M. Ruschmann, & K. T. Solha (Org.). *Turismo e Lazer para a pessoa idosa*. São Paulo: Manole.
- DUMAZEDIER, J. (2001). *Lazer e Cultura Popular*. São Paulo: Perspectiva.
- Expomundi. (2012) *Agência de Viagens e Intercâmbios*. Recuperado em 17 setembro, 2012, de <http://www.expomundi.com.br/blog/intercambio-para-terceira-idade/#comment-wrap>.
- FELIPE, M. R. (2006) *Atenção nutricional e alimentar a turistas idosos: um estudo da rede hoteleira de Balneário Camboriú/SC*. Tese de Doutorado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil.
- FROMER, B; Vieira, D. D. (2003). *Turismo e Terceira Idade*. São Paulo: Aleph.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2012). Síntese dos indicadores sociais. Recuperado em 03 setembro, de <http://www.ibge.gov.br>.
- LARIZZATTI, M. F. (2005). *Lazer e Recreação para o Turismo*. Rio de Janeiro: Sprint.
- MALHOTRA, N. (2001) Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3ª edição. Porto Alegre: Bookman.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. (2012). *Publicações: Documento Referencial Turismo no Brasil 2011-2014*. Recuperado em 31 agosto, 2012 de http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/21Documento_Referencial.html
- MOLINA, S; Rodríguez, S. (2001). *Turismo: planejamento integral*. Bauru, São Paulo: EDUSC.
- MOLETTA, V. F; Goidanich, K. L. (2000). *Turismo para a terceira idade*. Porto Alegre: SEBRAE.
- NICACIO, A; Perez, F. (2012). *O Poder da Terceira Idade*. ISTOÉ, ed. 2213. Recuperado em 03 novembro, 2012 de http://www.istoe.com.br/reportagens/197740_O+PODER+DA+TERCEIRA+IDADE.
- Nossa Melhor Idade. (2012). Recuperado em 01 novembro, 2012, de <http://www.nossamelhoridade.com.br/institucional/apresentacao.php>.
- NOVAES, M. H. (2012). In D. V. M. Ruschmann, & K. T. Solha (Org.). *Turismo e Lazer para a pessoa idosa*. São Paulo: Manole.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. (2005). *Envelhecimento ativo: um projeto de política de saúde*. Trad. Suzana Contijo. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

PORTAL EXAME. (2008). Um país em transformação. Recuperado em 10 setembro, 2012, de <http://www.favaneves.org/arquivos/um-pais-em-transformacao.pdf>.

PROVAR/FIA. (2012). *Turistas da terceira idade preferem viajar pelo Brasil*. Recuperado em 03 novembro, 2012, de http://www1.fia.com.br/boletim_120/noticia2.html.

SANTUR. (2012). *Melhor Idade*. Recuperado em 03 novembro, 2012, de <http://www.santur.sc.gov.br/segmentos/melhor-idade.html>.

SÉ. E. V. G. (2012). *Benefícios do lazer para a terceira idade*. Recuperado em 15 setembro, 2012, de http://www2.uol.com.br/vyaestelar/mentenaterceiridade_lazer.htm.

SILVA, S. (2010). *Consumidor: Descubra os hábitos da terceira idade*. Recuperado em 01 novembro, de http://www.endividado.com.br/materias_det.php?id=25275.

Sua Pesquisa.(2012). *População Brasileira*. Recuperado em 05 outubro, 2012, de http://www.suapesquisa.com/geografia/populacao_brasileira.htm.

TAVARES, A. (2008). Mercado de Intercâmbio. In D. C. BRAGA. *Agências de Viagens e Turismo*. Rio de Janeiro; Elsevier.

TOMELIN, C. A. (2007). *Gestão da cadeia de suprimentos e serviços no subsistema de agenciamento de viagens e turismo em Santa Catarina*. Tese de Doutorado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. (2012). *Travel & Tourism: Economic impact 2012 world*.