

**Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina**  
**Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008**

**Potencial do Turismo Rodoviário Para A Terceira Idade na Macro Região de  
Londrina:Uma Análise da Demanda**

1

STURION, Leonardo. Professor Dr. Do Curso de Turismo com Ênfase em hotelaria da Universidade Norte do Paraná- UNOPAR - e-mail: sturion09@yahoo.com.br. <sup>2</sup>

VASSALO Monteiro Simone. Prof.(a) Ms. Coordenadora do curso de Gestão em Turismo e Hospitalidade do EAD -UNOPAR e-mail: simone@ Unopar.com.br

NAKAI. Angélica Tiemi. Bacharel do Curso de Turismo com Ênfase em hotelaria da Universidade Norte do Paraná- UNOPAR. sturion09@yahoo.com.br.

SOUZA. Daiani T. Carvalho de Souza. Bacharel do Curso de Turismo com Ênfase em hotelaria da Universidade Norte do Paraná- UNOPAR. sturion09@yahoo.com.br.

**Resumo**

O desenvolvimento do turismo e o aumento da expectativa de vida dos Idosos brasileiros acontecem em resposta à globalização, tecnologia e avanços da medicina. Os idosos estão redescobrando seus valores, libertando seus desejos e realizando-os em virtude das experiências acumuladas durante suas vidas. Com a criação dos filhos sentem-se livres das obrigações domésticas e financeiras, buscando a inserção em um novo contexto social e econômico. Devido às grandes exigências desses clientes por produtos e serviços de qualidade e preços justos intensifica-se a viabilidade de implantação de uma Agência de Turismo Rodoviário que busque atender esses consumidores..

**Palavras-chave:** Terceira idade. Turismo. Agência de Turismo. Lazer. Londrina.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT4“Turismo para pessoas especiais” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

<sup>2</sup> STURION Leonardo Prof. Dr.em Engenharia de Produção pela UFSC. Professor do Curso de Turismo com Ênfase em Hotelaria da UNOPAR das disciplinas de Metodologia Científica e Estatística, Prof: do Curso de Gestão em Turismo e Hospitalidade do EAD – UNOPAR. Área de pesquisa Educação, Meio Ambiente e Controle de Qualidade. Prof: dos Cursos de Mestrado em Odontologia, Tecnologia do Leite e Patologia Experimental.

VASSALO, Simone Monteiro, graduada em Turismo pelo Centro Universitário Plínio Leite – UNIPLI, Niterói-RJ; Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, SC; professora e coordenadora do Curso Superior de Tecnologia em Turismo / Gestão de Turismo – EaD, da Universidade Norte do Paraná – UNOPAR, Londrina, PR.

NAKAI. Angélica Tiemi. Bacharel no Curso de Turismo com Ênfase em hotelaria da Universidade Norte do Paraná-UNOPAR.

SOUZA. Daiani Traamontina Carvalho de Souza. Bacharel no Curso de Turismo com Ênfase em hotelaria da Universidade Norte do Paraná- UNOPAR.

## **1 . INTRODUÇÃO**

Na perspectiva do mercado atual a terceira idade é sem duvidas um público consumidor que vem aumentando gradativamente, porque hoje se vive mais e se consome mais. A qualidade de vida é questão primordial nessa idade. Nela ocorrem mudanças radicais, um exemplo clássico é a aposentadoria, o homem não sabia como lidar com essa nova etapa da vida, sentia-se na maior parte excluídos do mundo social, podendo chegar a depressões e mortes precoces. De fato é fácil compreender essa relação, um homem ativo passa a ser um homem passivo, surge assim à dúvida de como lidar com o tempo livre, sem compromissos.

O papel do turismo vem contribuir de forma significativa com esse contexto. Esse profissional vai trabalhar de forma intensa correlacionando-se com o mercado consumidor a fim de agregar valores e desenvolver setores que contribuam economicamente e socialmente com essas pessoas.

Nessa visão, o lazer dentre outras modalidades é um foco importantíssimo para atingir e agregar essas pessoas. O idoso precisa divertir-se, entreter-se, ocupar o seu tempo de ócio, enfim conhecer e sentir novas sensações antes impedidas e atrapalhadas pela correria do trabalho e responsabilidades com casa, filhos e família, agora ele pode viver intensamente de forma particular e se preocupar apenas com algumas possíveis barreiras físicas que o impelem de efetuar algum tipo de atividade, que são cada vez menores mediante a capacidade das adaptações modernas.

Desenvolver uma agência de turismo rodoviário com segmentação voltada para a Terceira Idade é uma possibilidade de sucesso e evolução, pois nesta etapa da vida, com mais disponibilidade de tempo, essas pessoas não só buscam como precisam viajar, passear, desfrutar de novas sensações, conhecer lugares, pessoas, culturas, fatos que hoje contribuem e são necessárias para manter a boa saúde e prolongar a vida.

Portanto, esse estudo trabalhou com as perspectivas dos idosos dentro do contexto de lazer; a importância de uma agência de turismo que atenda este segmento de forma diferenciada; buscando avaliar se a implantação deste empreendimento é viável em relação à demanda existente na cidade de Londrina que cresce e se coloca de forma agressiva no mercado.

No setor turístico a Terceira Idade é um público promissor que cresce a cada ano. Com a aposentadoria, os filhos já criados e conseqüentemente diminuição dos gastos, sobra-lhes tempo maior disponível e dinheiro para desfrutar de passeios, viagens, descansos e atividades de lazer. Sendo assim é interessante a idéia da implantação de uma Agência de Turismo Rodoviário especializada e focada para atendê-los de forma eficiente, prática, organizada e personalizada. Na cidade de Londrina, encontram-se diversos tipos de Agências que fornecem serviços variados, entre eles, alguns para esse público, porém nada segmentado e qualificado especificamente neste setor.

## **2. ASPECTOS GERAIS DO IDOSO COM A SOCIEDADE**

Segundo Souza H., Jacob Filho e Souza R. (2006, p.1) Em 1982, na cidade de Viena a Assembléia sobre o Envelhecimento convocada pela ONU (Organização das Nações Unidas) definiu o idoso como a pessoa que apresenta sessenta anos ou mais. A partir daí, esse critério tem sido usado por importantes entidades (internacionais) como a ONU, OMS, Opas e também foi adotada pela América Latina na conferência Internacional do Envelhecimento, Demografia e Bem-estar.

O IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) utiliza o parâmetro de sessenta anos para o idoso. A Lei n. 8.842, de 4 de janeiro de 1994 (regulamentada pelo Decreto n. 1.948, de 3 de julho de 1996 que dispõe sobre a política do idoso), estabelece em seu art. 2º: “considera-se idoso, para efeitos dessa lei, a pessoa maior de sessenta anos de idade” (SOUZA H.; JACOB FILHO; SOUZA R., 2006, p. 1).

Para os países desenvolvidos consideravam-se idosos as pessoas com 65 anos ou mais e para os países em desenvolvimento a base era sessenta anos. Com o objetivo de padronizar os percentuais estatísticos, a partir do ano de 2000, a Organização das Nações Unidas resolveu unificar seus critérios, definindo sessenta anos a idade para designar o indivíduo idoso (SOUZA H.; JACOB FILHO; SOUZA R., 2006, p. 2).

As expressões utilizadas para os idosos variam: Terceira Idade (origem – França), Melhor Idade, Idade Brilhante, Maior Idade, Idade de Outro entre outros, dessa forma o termo “velhice” está deixando de ser empregado devido ao fato de provocar um grande impacto com a demonstração de fraqueza, fragilidade, inutilidade, ou seja, conotações depreciativas que são conceitos defasados no que se referem a este público (FROMER; VIEIRA, 2003, p. 16-17).

A população idosa no mundo e inclusive no Brasil vem crescendo rapidamente. Em 1999 estimava-se que a população idosa mundial era constituída por aproximadamente 600 milhões de pessoas. A projeção da ONU para o ano de 2050 é de dois bilhões de indivíduos nessa faixa etária. Outro aspecto relevante é que a população idosa está envelhecendo, refletindo no aumento dos idosos na faixa dos oitenta anos e as projeções para essas pessoas são de que 2050 representem 19% da população, sendo que em 1999 era de 11% (SOUZA H.; JACOB FILHO; SOUZA R., 2006, p. 3).

No Brasil o aumento de idosos deve dobrar até 2020. O censo de 2000 apresentou 170 milhões de habitantes, sendo que entre esses, 14,5 milhões (que representa 8,5%) tem sessenta anos ou mais e de acordo com os dados do IBGE a expectativa de vida do brasileiro passou de sessenta anos em 1991 para 69 anos em 2000 (SOUZA H.; JACOB FILHO; SOUZA R., 2006, p. 4-5).

Na tabela abaixo Souza H., Jacob e Souza R. (2006, p. 6) apresentaram em números a distribuição dos idosos nas variadas regiões do Brasil e ainda comentam que em relação à distribuição de idosos nos Estados brasileiros, segundo o IBGE, São Paulo é o Estado que apresenta maior número de pessoas idosas (mais de sessenta anos), porém o Rio de Janeiro é o Estado com maior número de pessoas com mais de sessenta anos proporcionalmente à sua população.

**Tabela 1 – Distribuição de indivíduos idosos nas regiões do Brasil**

<b>Regiões</b>	<b>População total</b>	<b>População idosa</b>
Norte	7.357.494	425.798
Nordeste	45.448.490	3.826.662
Sul	23.932.379	2.046.138
Sudeste	68.280.153	6.518.218
Centro-Oeste	10.109.487	685.014

Fonte: IBGE. Síntese de indicadores sociais – 1997. Rio de Janeiro, 1998.

Tais conceitos estão superados, onde pesquisas recentes comprovam que o processo natural de envelhecimento não é um fator impeditivo para que a maioria das atividades cotidianas e lúdicas de um adulto de qualquer idade continue a mesma. (WEINECK, 1991, apud, DIAS; SCHWARTZ, 2005).

O aumento da expectativa de vida dessas pessoas se deve principalmente à tecnologia, ao avanço da medicina no que diz respeito aos novos medicamentos, tratamentos eficazes, desenvolvimento de pesquisas, além dos programas de conscientização que

estão sendo criadas com o intuito de esclarecer e prevenir doenças (FROMER; VIEIRA, 2003, p. 34). São notáveis, melhorias na estrutura sanitária, tratamento de água e instalações de redes de esgotos e também de uma evolução do nível de escolaridade, nas condições de trabalho, regulamentação de leis trabalhistas, acesso a informações etc. (FROMER; VIEIRA, 2003, p. 34).

Apesar de a velhice significar ameaça, depressão, estorvo, fim da vida para alguns, outros já estão melhores preparados para esta fase em vista da grande evolução que a qualidade de vida dessas pessoas sofreu e sofre ao longo do tempo. Garcia na sua visão contemporânea:

Assim como a infância teve vários escalonamentos, hoje já é, consensualmente, aceita a velhice em etapas que estão a empurrar aquela imagem de doença e de decrepitude para as faixas de idade mais avançadas, onde a autonomia pessoal sofre várias restrições. (GARCIA, 2001 apud FROMER; VIEIRA 2003, p. 35)

Já na visão de Câmara, na revista virtual *Idade Maior* (apud FROMER; VIEIRA, 2003, p. 38) em relação a velhice, não existe um padrão uniforme do idoso brasileiro:

O nosso idoso que vive em centro urbano, com melhor escolaridade, saúde mais cuidado, tem um perfil igual ao japonês e ao europeu. No entanto, este idoso que produz, pagam impostos e tem uma vida melhor, representa apenas 20%. Os outros segmentos populares sobrem com a péssima estrutura de saúde pública, não têm condições de pagar pelo privado, sua alimentação é inadequada, o trabalho estafante e a aposentadoria não permite viver com dignidade. (VIEIRA, 2003. p. 38).

Infelizmente, apesar dos grandes avanços não se pode esquecer que a realidade de muitos brasileiros, não são as mesmas de uma classe média alta, em razão disso, muitos não desfrutam de todas as melhorias proporcionadas pelo desenvolvimento da tecnologia e pesquisas.

## **2.1 Proposta**

*Analisar a demanda londrinense para verificar a viabilidade de implantação de uma Agência de Viagens Rodoviárias para a Terceira Idade.*

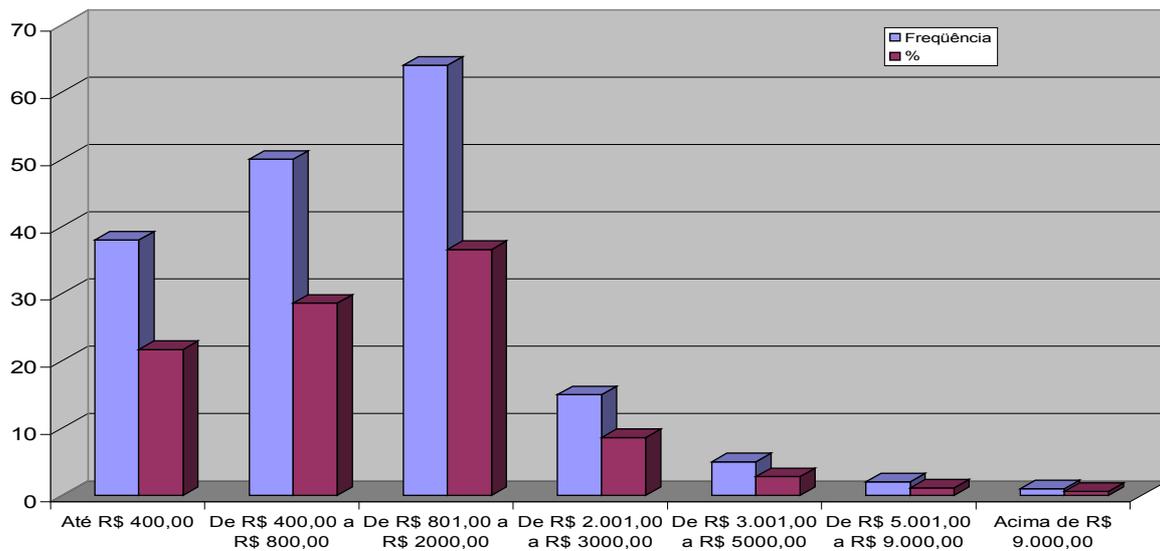
O estudo tem como proposta principal analisar a viabilidade de Implantação de uma Agência de Turismo Rodoviário para a Terceira idade na cidade de Londrina em relação à aceitação da demanda existente.

Visou verificar quem são as pessoas em questão, suas preferências de lazer e destinos turísticos, nível socioeconômico, satisfação referente aos serviços fornecidos pelas Agências de Viagens da cidade para que assim fosse possível analisar a viabilidade de demanda e mercado para uma futura implantação de um empreendimento que valorize e cuide especialmente e especificamente deste público alvo com a merecida atenção.

## **2.2 A pesquisa**

O turismo da terceira idade atualmente é um dos principais focos do mercado turístico no Brasil, a todo o momento ouve-se e lê-se muito sobre o grande potencial econômico que essas pessoas podem proporcionar ao país, principalmente no que diz respeito ao lazer. Mesmo com tal análise promissora, cada local possui uma realidade própria desse mercado. De acordo com os resultados do perfil dos idosos de Londrina, identificou-se que existe uma pré-disposição dos idosos a usufruir-se de atividades e serviços relacionados ao bem estar e lazer, porém cabe averiguar até que ponto eles estão realmente dispostos a incluírem-se nesse mercado. No calçadão de Londrina, os idosos encontrados variam entre 60 a 79 anos e lhes proporciona prazer juntarem-se com amigos e grupos nos bancos do calçadão para um bate-papo interessante e descomprometido.

No SESC a média de idade fica bastante balanceada dos 60 aos 80 ou mais e a maior participação das mulheres é evidente, sendo que de 23 entrevistados apenas 1 era do sexo masculino. Isso comprova o que foi comentado por Souza H, Jacob Filho e Souza R (2006, p.53-54). De acordo com os resultados do perfil dos idosos de Londrina, identificou-se que existe uma pré-disposição dos idosos a usufruir-se de atividades e serviços relacionados ao bem estar e lazer, porém cabe averiguar até que ponto eles estão realmente dispostos a incluírem-se nesse mercado. No calçadão de Londrina, os idosos encontrados variam entre 60 a 79 anos e lhes proporciona prazer juntarem-se com amigos e grupos nos bancos do calçadão para um bate-papo interessante e descomprometido. De acordo com os resultados do perfil dos idosos de Londrina, identificou-se que existe uma pré-disposição dos idosos a usufruir-se de atividades e serviços relacionados ao bem estar e lazer, porém cabe averiguar até que ponto eles estão realmente dispostos a incluírem-se nesse mercado.

**. Gráfico 1 – Renda Mensal****Fonte: Pesquisa de Campo 2007**

Das 175 pessoas entrevistadas 115 são aposentados e do restante, alguns ainda trabalham ou exercem alguma atividade remunerada. No gráfico 1, abaixo, pôde-se verificar claramente o nível social dos participantes da pesquisa: Dos entrevistados destacaram-se os que possuem renda de R\$ 800,00 a R\$ 2.000,00 seguida da média de R\$ 400,00 a 800,00, porém pode-se notar através dos questionários aplicados pessoalmente a cada um dos entrevistados, que essas rendas geralmente são de aposentadoria somada com outras atividades remuneradas.

De acordo com os resultados do perfil dos idosos de Londrina, identificou-se que existe uma pré-disposição dos idosos a usufruir-se de atividades e serviços relacionados ao bem estar e lazer, porém cabe averiguar até que ponto eles estão realmente dispostos a incluírem-se nesse mercado. No calçadão de Londrina, os idosos encontrados variam entre 60 a 79 anos e lhes proporciona prazer juntarem-se com amigos e grupos nos bancos do calçadão para um bate-papo interessante e descomprometido.

No SESC a média de idade fica bastante balanceada dos 60 aos 80 ou mais e a maior participação das mulheres é evidente, sendo que de 23 entrevistados apenas 1 era do sexo masculino. Isso comprova o que foi comentado por Souza H, Jacob Filho e Souza R (2006, p.53-54).

O Grau de Escolaridade do público da Terceira Idade é relativamente baixo, pode-se perceber que as maiores partes dos entrevistados estudaram apenas até o 1º grau

incompleto, e uma minoria de 12,6% tiveram a oportunidade de estudar até o nível superior completo. Através da pesquisa realizada obteve-se uma breve noção das atividades de lazer realizadas por esse público. Embora o interesse e o prazer em viajar sejam notórios, entre os entrevistados a procura por agências de viagens para programar e elaborar um pacote, foi pequeno, o que demonstra a não procura dessas pessoas por esses serviços. Ao identificar essa questão, foi possível também averiguar que essa falta de interesse sobre esses serviços estão correlacionados diretamente com o nível sócio econômico e educacional. A maioria constatada que frequenta esses Grupos são pessoas que recebem de dois a cinco salários mínimos, logo, conclui-se que estes indivíduos utilizam dessa renda para suprir as necessidades básicas como alimentação, transporte e saúde e muitas vezes cuidando ainda de filhos adultos e auxiliando na criação dos netos não sobrando muito dinheiro para outros fins. Em relação ao nível de educação destaca-se a grande falta de iniciativa por parte destes que para efetuarem uma viagem com baixo custo e de forma planejada precisam de um líder para planejar, programar, disponibilizar e incentivar a prática da atividade turística e torná-lo viável a todos, isto ficou visível principalmente nos clubes.

Essa avaliação destacou os destinos que mais atraem e despertam interesses nos idosos; As praias foram as localidades mais mencionadas, sob uma análise rápida dessa preferência destaca-se mais uma vez as interferências econômicas dessas pessoas, que por vezes não tiveram oportunidades de viajarem para praias em idade mais jovens causando-lhes grande euforia e prazer em usufruir desse meio natural tão procurado pelos brasileiros, dessa forma pode-se concluir que esses destinos são os mais procurados e desejados por conta do modismo, popularizou e principalmente pela acessibilidade financeira. No que se refere às outras opções de viagem, destaca-se a visita a amigos e familiares.

Existem excursões programadas pelo próprio clube da terceira idade, ou seja, por seus respectivos líderes que elaboram pacotes com destino às praias com preços atraentes e acessíveis. Pôde-se observar também que conforme se eleva o nível social, de estudo e conhecimento, as opções escolhidas passam a incluir questões culturais, históricas, locais urbanos/compras, Hotéis Fazenda e Reservas Ecológicas entre outros como podemos verificar na Tabela -2.

Embora a procura por Agências de Viagens pelo público da melhor idade acima citada ser consideravelmente baixa, as opiniões em relação a viabilidade de Implantação de

uma Agência de Viagens Rodoviária especializada para esta demanda mostrou uma grande aceitação por parte dos idosos.

**Tabela 2 – Destinos turísticos mais atraentes para os idosos**

<b>Quais destinos turísticos lhe atrai?</b>	<b>Nº Respostas</b>	<b>%</b>
Praias em geral	110	40,90
Áreas Rurais/Hoteis Fazenda	31	11,50
Reservas Ambientais/Ecológicas	14	5,20
Parques Temáticos	2	0,70
Cidades Culturais/históricas	26	9,70
Estâncias Terapêuticas	8	3,00
Locais Urbanos/Compras	26	9,70
Pescaria	18	6,70
Outros	34	12,60
<b>Total</b>	<b>269</b>	<b>100</b>

Fonte: Pesquisa de Campo – 2007 – Londrina – Pr

Eles acreditam que através de uma agência especializada seja possível adquirir passeios mais adequados à idade deles e conquistem um espaço maior na sociedade, esperam por respeito e acima de tudo educação, pois ressaltam que todos (adultos e jovens em geral) serão idosos um dia e sentirão as mesmas dificuldades e necessidades.

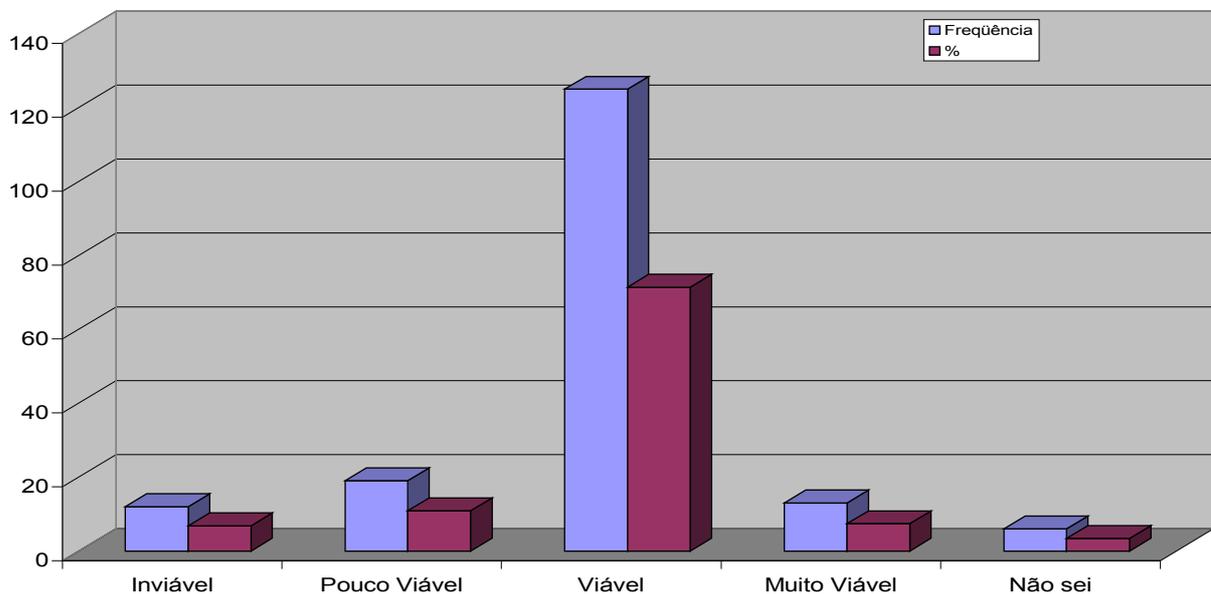
A Terceira Idade necessita realmente de maiores cuidados e atenção e que o próprio público considera viável a implantação deste empreendimento na cidade de Londrina, contra uma pequena minoria de 6,8% que não acreditam que um empreendimento segmentado como este possa dar certo e consideram essa possibilidade “Inviável”.

Quando a pergunta é se a pessoa sinceramente utilizaria os serviços dessa Agência especializada, 76,9% afirmam que sim desde que oferecessem qualidade e principalmente preços acessíveis, um dos principais comentários foi a respeito dos preços e da dificuldade que encontram em pagá-los quando com sua renda precisam cuidar da saúde ou ajudar os filhos ou ainda os netos. Apenas 18 idosos disseram que não utilizariam os serviços dessa Agência e 16% ficaram na dúvida, assinalando as respostas não sei e talvez como as mais adequadas.

Outro ponto observado é que as maiorias dos participantes dos Grupos de Terceira Idade, não pensam na possibilidade de viajarem por conta própria e sim com o grupo, por isso é muito importante que nesses casos sejam abordados os líderes e oferecidos

preços bons, parcelados, passeios atrativos e com qualidade, podendo assim contar com a clientela em massa.

O público alvo não possui o costume de sair pesquisando e correr atrás de passeios e sim os interessados (agências) devem procurá-los e oferecer produtos e serviços convincentes de custo/ benefício para que dessa forma consiga formalizar uma clientela sólida e com credibilidade. Quando um passeio é aceito e satisfaz suas expectativas, passam a confiar nos serviços e a procurar por eles. Os resultados desta pesquisa são apresentados a seguir.



**Gráfico 2 – Opinião sobre a Implantação da Agência de Viagens Rodoviárias para a Terceira Idade**

**Fonte: Pesquisa de Campo 2007**

Na tabela 4 é possível visualizar as principais dificuldades apontadas pelos senhores e senhoras em uma viagem. Nesta questão os comentários foram que “para viajar, passear, divertir, tudo está ótimo, não têm do que reclamar porque tudo é festa”, as pessoas que viajam com mais frequência, aproveitam cada minuto, se divertem e não estão preocupadas com os pequenos empecilhos que possam vir a ocorrer, pois demonstram também alegria e “juventude” que expressam para o lazer e entretenimento. Entre as outras respostas obtidas, a longa distância é um dos piores aspectos das viagens que se mal planejada, ocasionam dores nas pernas, colunas, inchaços, etc.

A respeito da hospedagem as reclamações foram poucas, os problemas mais abordados foram os de estrutura física não planejada, como por exemplo as escadarias (cansativa/

obstáculo) inconvenientes ao público que apresentar algumas debilitações físicas. Alguns ficaram insatisfeitos com o atendimento recebido no hotel, sentindo falta de atenção por parte dos funcionários. Outro motivo apresentado é referente às dificuldades com a falta de dinheiro e falta de tempo devido a ocupação com netos e parentes ou simplesmente o fato de não gostarem de viagens.

**Tabela 4 – Dificuldades encontradas em relação às viagens.**

<b>Dificuldades encontradas</b>	<b>Nº Respostas</b>	<b>%</b>
Hospedagem	5	2,90
Transporte	18	10,30
Alimentação	3	1,70
Longa distância	19	10,80
Outros	19	10,80
Não tem dificuldade	111	63,50
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

Fonte: Pesquisa de Campo – 2007 – Londrina – Pr

Para finalizar a pesquisa foi perguntado o quanto este público está disposto a pagar por uma viagem (que gostaria de fazer) de 4 a 7 dias de permanência e o resultado confirmou a opção de até R\$ 400,00, em parcelas (de preferência) devido ao baixo nível social econômico, os outros 23,4% dos pesquisados pagariam de R\$ 401,00 à R\$ 800,00 enquanto pequenos números de idosos chegariam aos R\$ 3.000,00 como pode ser visualizado na tabela 5 apresentada a seguir.

**Tabela 5 – Até quanto pagaria por uma viagem desejada de 4 a 7 dias de permanência?**

<b>Até quanto pagaria por uma viagem?</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Até R\$ 400,00	99	56,60
De R\$ 400,00 a R\$ 800,00	41	23,40
De R\$ 801,00 a R\$ 2000,00	26	14,80
De R\$ 2.001,00 a R\$ 3000,00	7	4,00
De R\$ 3.001,00 a R\$ 5000,00	1	0,60
De R\$ 5.001,00 a R\$ 9.000,00	0	-
Acima de R\$ 9.000,00	1	0,60

<b>Total</b>	175	100
--------------	-----	-----

Fonte – Pesquisa de Campo – 2007 – Londrina - Pr

### **2.2.1 Questionários respondidos por Agentes de Viagens de Londrina.**

Essa pesquisa também se preocupou em verificar dentre as Agências de Viagens de Londrina, quais trabalham ou ao menos possuem interesse em trabalhar com o público da Terceira Idade e quais são os serviços oferecidos, procurados e adquiridos por esse público. O questionário formou-se com 11 perguntas, com questões abertas e fechadas. De 16 entrevistados, 12 são mulheres e as idades dos atendentes variam entre 18 a 30 anos e 31 a 40, dos quais 56% possuem escolaridade de nível superior completo, uma pequena minoria incompleta seguido de um ou outro com especialização e somente o segundo grau. Das pessoas com formação superior ou que encontram-se cursando o nível superior, profissionais e estudantes de Turismo são a maioria.

Segundo o estudo 37,5% dos agentes, razoavelmente atendem a este público específico e também outros 37,5% com uma certa freqüência como podemos verificar na Tabela a seguir:

**Tabela 6 – Com que freqüência atende ao público da Terceira Idade?**

<b>Com que Freqüência atende o público da Terceira Idade?</b>	<b>Freqüência</b>	<b>%</b>
Raramente	6	37,50
Razoavelmente	3	18,75
Frequentemente	6	37,50
Não atendo	1	6,25
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Pesquisa de Campo – 2007.

Os principais destinos destacados pela procura pelos idosos são Estâncias Terapêuticas, Cidades Históricas e Culturais, Áreas Rurais, Hotéis Fazenda e praias. Os resultados estão apresentados na Tabela -7. A Longa distância das viagens são as maiores dificuldades apontadas pelos entrevistados em relação a estes clientes devido ao cansaço e às debilitações físicas. Em vista disso, uma agência rodoviária que se preocupasse com viagens regionais, programas e pacotes bem elaborados, com roteiro atrativo e com viagens não muito longas, com várias paradas para descanso, preocupando-se sempre com o bem estar dos idosos seria um diferencial. Além disso, os maiores problemas

apresentados pelos agentes no momento do atendimento a este público foram:

**Tabela 7 – Quais os destinos mais procurados pelos idosos?**

<b>Quais os destinos mais procurados pelos idosos?</b>	<b>Nº Respostas</b>	<b>%</b>
Praias em geral	3	12,00
Áreas Rurais/Hotéis Fazenda	5	20,00
Reservas Ambiental-Ecológicas	0	-
Parques Temáticos	1	4,00
Cidades Cultural-históricas	5	20,00
Estâncias Terapêuticas	6	24,00
Locais Urbanos/Compras	2	8,00
Pescaria	1	4,00
Outros	2	8,00
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fonte: Pesquisa de Campo – 2007

A Longa distância das viagens são as maiores dificuldades apontadas pelos entrevistados em relação a estes clientes devido ao cansaço e às debilitações físicas. Em vista disso, uma agência rodoviária que se preocupasse com viagens regionais, programas e pacotes bem elaborados, com roteiro atrativo e com viagens não muito longas, com várias paradas para descanso, preocupando-se sempre com o bem estar dos idosos seria um diferencial. Além disso, os maiores problemas apresentados pelos agentes no momento do atendimento a este público foram:

Das Agências estudadas 50% delas possuem interesse específico neste público, porém ainda não são especializados na área. Dentre os serviços especializados à este público, apenas uma pequena minoria das agências entrevistadas disseram possuí-los, dos quais foram citados: pacotes específicos, visitas a grupos, busca de pagamentos residência dos idosos, guias especializados, parcelamento em folha de pagamentos dos aposentados e pensionistas e pacotes rodoviários voltados para a Terceira Idade.

E por fim, a grande maioria das Agências efetua integralização com outras agências especializadas, direcionando seu cliente à outra que tenha produtos e/ou serviços mais específicos para o público em questão.

### **3. CONCLUSÃO**

Com a execução deste trabalho, pode-se concluir que o objetivo foi alcançado, pois foi analisada a demanda da terceira idade como proposto e levantada a opinião dos mesmos em relação a viabilidade de implantação de uma Agência de Turismo Rodoviário

**Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina**  
**Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008**

segmentada neste setor. Através da pesquisa chegou-se à conclusão de que é viável a implantação de uma Agência de Turismo Rodoviário voltada para o público da Terceira Idade, na Macro Região de Londrina.

Contudo, esta agência deve possuir outros serviços para o público em geral com o intuito de conseguir se manter no mercado principalmente até que seja consolidada e fidelizada a clientela. Apesar do interesse das agências de turismo da cidade nesta demanda, poucas trabalham efetivamente com serviços especializados e específicos.

**REFERÊNCIAS**

BENI, Mario C. **Análise estrutural do turismo**. 5. ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Educação para o Lazer**. São Paulo. Moderna, 1998.

DIAS, Viviane Kawano, SCHWARTZ, Gisele Maria. **Efdeports Revista Digital**. O Lazer na Perspectiva do Indivíduo Idoso. Buenos Aires. Ano 10. nº 87. 2005. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd87/idos.htm>>. Acesso em: 16 mar. 2007.

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

FLECHA, Ângela Cabral, COSTA, Jane Iara Pereira da. **Caderno virtual do turismo**. O impacto das novas tecnologias nos canais de distribuição turística um estudo de caso em agência de viagens. Vol. 4, nº 4, 2004. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/include/getdoc.php?id=213&article=71&mode=pdf>>. Acesso em 31 jul. 2007.

FORJAZ, Maria Cecília Spina. **Lazer e Consumo Cultural das Elites**. RBCS, 1988.

FROMER, Betty, VIEIRA Débora Dutra. **Turismo e Terceira Idade**. São Paulo: Aleph, 2003.

GUERRA FILHO, Raulito Ramos. **Revista Partes**. Reflexões sobre o tempo livre, o lazer e o anti-lazer. São Paulo. Ano IV. nº 48. 2004. Disponível em: <<http://www.partes.com.br/ed48/turismo2.asp>>. Acesso em: 13 mar. 2007.

GODOY, Ana Marina. **Lazer e Turismo: uma visão pós-moderna**. Revista Virtual Partes. Ed. nº 43. Editor. Gilberto da Silva. São Paulo. 2004. Disponível em: [www.ine.gov.mz/censo2/08/brochura/08forcade.htm](http://www.ine.gov.mz/censo2/08/brochura/08forcade.htm). Acesso em: 18 mar. 2007.

MAMEDE, Gladston. **Agências, viagens, excursões: regras jurídicas, problemas e soluções**. Barueri, SP: Manole, 2003.

MARCELINO, Néelson Carvalho. **Lazer e Humanização**. Campinas - SP, Papirus, 1983.

MULLER, Ursula. **“Percepção do clima motivacional nas aulas de Educação Física”**. Serie de Conhecimentos nº 3. EDUNISC. SC. 2001. Disponível em: [www.ine.gov.mz/censo2/08/brochura/08forcade.htm](http://www.ine.gov.mz/censo2/08/brochura/08forcade.htm). Acessado em: 19 mar. 2007.

PAGE, Stephen J., **Transporte e turismo**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

**Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina**  
**Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008**

PALHARES, Guilherme L., **Transportes turísticos**. São Paulo: Aleph, 2002.

PETROCCHI, Mario, BONA, André. **Agências de Turismo: Planejamento e Gestão**. São Paulo: Futura, 2003.

SANCHO, Amparo, et all. **Introdução ao Turismo: Organização Mundial do Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

SANTOS, Danielle Boug. **3ª Idade: os novos consumidores do Turismo**. Revista Turismo. Santa Cruz do Sul. 2004. Disponível em: <<http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/pref-3idade.html>>. Acesso em: 18 mar. 2007.

SILVA, A C. et. Al. **Problemas do idoso, um desafio social**. São Paulo: Editora da USP, 1984.

SOUZA, Helóiza Maria Rodrigues de, JACOB, Wilson Filho, SOUZA Romeu Rodrigues. **Turismo e Qualidade de Vida na Terceira Idade**. Barueri, SP: Manole, 2006.

ZALUAR, Alba. Artigo: **“O Esporte na Educação e na Política Pública.”** In: Educação & Sociedade. 38, abril/91. SP, Papirus,

WAECHTER, Darci Junior. **Perfil, Preferências e motivações da terceira idade em relação a viagens e lazer**. Revista Turismo. Santa Cruz do Sul. 2004. Disponível em: <<http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/pref-3idade.html>>. Acesso em: 16 mar. 2007.