

3

Método

Este capítulo descreve a metodologia da pesquisa, suas limitações, como se desenvolveu a pesquisa bibliográfica, as etapas da pesquisa de campo desde as entrevistas iniciais até a formatação do questionário final da pesquisa, e como foi feita a aplicação do questionário e a validação de suas respostas.

3.1.

Metodologia

Um projeto de levantamento apresenta uma descrição quantitativa de tendências, atitudes ou opiniões de uma população a partir de um estudo de uma amostra dessa população (BABBIE, 1990 apud (CRESWELL, 2010)). Assim esta pesquisa é um levantamento de corte transversal, com os dados coletados em um momento do tempo.

3.2.

População e Amostra

A população do estudo é composta de pessoas com 55 anos ou mais de idade e moradores da região metropolitana do Rio de Janeiro, sendo o processo de seleção feito através de uma amostra de conveniência, sendo dada atenção aos procedimentos de validação da amostra.

Para a segmentação dos idosos pesquisados, referente à capacidade de consumo, foi utilizado o Critério de Classificação Econômica Brasil/2008 (ABEP, 2012). O Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), é um instrumento de segmentação econômica que utiliza o levantamento de características domiciliares (presença e quantidade de alguns itens domiciliares de conforto e grau escolaridade do chefe de família) para diferenciar a população (ver anexo XII).

3.3. Limitações do método

3.3.1. Limitações quanto à forma de levantamento de dados

No presente estudo a amostra por conveniência foi utilizada, significando que se selecionaram membros da população mais acessíveis para a pesquisa.

3.3.2. Limitações quanto ao resultado

O mercado maduro está em constante mutação; portanto, os resultados obtidos devem ser considerados apenas como uma fotografia do momento em que foi realizada a pesquisa. Além disso, em função da amostra ter sido uma amostra por conveniência, deve-se ter cautela quanto às generalizações dos resultados.

3.4. Inclusão de atributos

A fim de permitir um melhor planejamento de marketing por parte das empresas ligadas ao turismo, e por serem as barreiras intrapessoais as de maior força no modelo de restrição utilizado neste estudo, foram acrescentados a esse estudo atributos que podem ser considerados relevantes como: medo, culpa, timidez, insegurança, crenças, frustração e falta de motivação.

3.5. Pesquisa de campo

3.5.1. Entrevistas preliminares

Uma vez mapeados quais seriam os principais fatores restritivos elaborou-se um primeiro questionário-teste para pesquisa, o qual foi aplicado a cinco pessoas com idades variando entre 58 e 76 anos para se verificar se as restrições eram suficientes, se havia outras restrições que poderiam ser incluídas ou alguma restrição que poderia ser excluída do questionário. Procurou-se verificar também a necessidade de algumas informações para a finalidade da pesquisa. Nesta primeira entrevista preliminar utilizou-se um formato de questão aberta para se possibilitar justamente a inclusão de novos fatores que fossem relevantes para o objetivo da pesquisa.

Verificou-se que poderiam ser incluídas no estudo questões sobre medo, culpa, timidez, insegurança, crenças, frustração e falta de motivação.

3.5.2. Primeiro questionário de pré-teste

Após as primeiras entrevistas com a utilização do questionário preliminar 1 verificou-se ainda a necessidade da alteração de algumas questões para melhor compreensão por parte do entrevistado e retirada de algumas questões que não seriam necessárias para o desenvolvimento da pesquisa. Neste pré-teste, aplicado a 10 respondentes de 55 a 82 anos, utilizaram-se 19 questões com a resposta através da escala Likert com as respostas variando do concordo totalmente a discordo totalmente de afirmações feitas ao respondente. Também foram utilizadas questões referentes ao Critério de Classificação Econômica Brasil/2008 necessárias para o estudo de segmentação a ser verificado nesta pesquisa.

3.5.3. Segundo questionário de pré-teste

Após as primeiras entrevistas com a utilização do primeiro questionário de pré-teste elaborado verificou-se ainda a necessidade da alteração de formulação de algumas questões para melhor alcançar os objetivos da pesquisa e facilitar a compreensão por parte do entrevistado e a inclusão de questões que surgiram como necessárias para o desenvolvimento desta pesquisa. Neste pré-teste, aplicado a 10 pessoas com idade entre 55 e 81 anos, foram utilizadas várias questões com a resposta através da escala likert para 19 questões com as respostas variando do concordo totalmente a discordo totalmente de afirmações feitas ao respondente, além de questões referentes à classificação Brasil 2008 utilizada em pesquisas para classificação econômica pelos institutos de pesquisa brasileiros atualmente e questões necessárias para o estudo de segmentação a ser verificado nesta pesquisa. Foram acrescentados detalhes referente as a instruções e agradecimentos ao respondente.

3.5.4. Terceiro quarto, quinto e sexto questionários de pré-teste

Após cada pré-teste efetuado, cada um com 10 respondentes, foi sendo verificado ainda a necessidade da modificações para melhor alcançar os objetivos da pesquisa, até que se chegasse a um modelo que atendesse melhor aos propósitos da pesquisa.

3.5.5. Elaboração do questionário final

Com base nos resultados dos pré-testes efetuados, chegou-se à definição do questionário final sendo então preparado o modelo para impressão em papel a ser aplicado diretamente aos respondentes e outro modelo semelhante para utilização através da Internet. Os modelos desses questionários estão apresentados ao anexo I ao final deste estudo.

3.5.6. Aplicação do questionário e validação das respostas

A aplicação do questionário foi feita através de dois meios: modo impresso entregue diretamente ao respondente, e modo eletrônico através da Internet. O questionário impresso foi aplicado diretamente junto aos respondentes, pessoas de relacionamento pessoal do pesquisador, ou utilizando essas pessoas para repassar o questionário impresso a outras pessoas. Em função da necessidade da obtenção de respostas em um prazo de tempo reduzido e pelo conhecimento do pesquisador de um grande número de pessoas, através de seu relacionamento pessoal como associado ao *Lions International* o questionário foi aplicado, também, por meio eletrônico, através da Internet. Ambos os questionários foram aplicados para pessoas moradoras do Rio de Janeiro e que tivessem 55 anos ou mais de idade. A solicitação para responder o questionário eletrônico foi enviado por *e-mail* para pessoas conhecidas do pesquisador. Tomou-se o cuidado para não haver duplicidade de respostas.

O retorno de questionários impresso respondidos foi de 91, sendo aproveitados por estarem completos e dentro dos requisitos necessários à pesquisa 73 questionários. Pela Internet foi obtido um retorno de 157 questionários respondidos, sendo aproveitados 155. Chegou-se assim a um total de 228 questionários respondidos válidos para a pesquisa.

As respostas do questionário impresso foram transcritas para uma planilha do Excel por duas pessoas, para checagem de diferenças de lançamentos das respostas, sendo posteriormente efetuadas as correções e transferido para uma planilha final. Foi feito uma transcrição automatizada das respostas dos questionários da Internet através do Excel e adicionada a planilha que tinha os dados do questionário impresso.