

1

Introdução

1.1

Contextualização

O mundo está envelhecendo. O último século trouxe-nos substancial crescimento nas expectativas de vida em todos os países. Nos países industrializados, muitas pessoas viverão além os 80 anos e cada vez mais pessoas alcançarão e até mesmo ultrapassarão o feliz marco dos 100 anos.

Pessoas saudáveis aos 70, 80 ou mesmo 90 anos tornam-se cada vez mais comuns e o crescimento deste contingente traz a visão de que a aposentadoria é uma época da vida para ser aproveitada mais do que tolerada (Rappaport e Parikh, 2002).

Segundo Whitford (apud Shoemaker, 2000), o mercado de pessoas de mais idade está crescendo e os estudiosos e gerentes de marketing da indústria do turismo certamente estão cientes disto. Stanley Plog, presidente e CEO da Plog Research – firma de pesquisa especializada na indústria do turismo – afirma: “O mercado de consumidores de mais idade é onde a ação está”. Pesquisas feitas pela Plog Research em 1997 entre 10.000 chefes de família norte-americanos, escolhidos aleatoriamente, revelaram que os respondentes entre 55 e 64 anos gastaram em média 3.314 dólares com viagens no ano de 1996 (7,1% da sua renda familiar média anual). O dispêndio deste grupo com consumo de turismo era maior do que o de todos os outros grupos analisados (menos de 35 anos, 35 a 44 anos, 45 a 54 anos e maiores de 65 anos), apesar de sua renda ser inferior a todos os demais grupos, com exceção dos maiores de 65 anos. A mesma pesquisa revelou que o grupo de respondentes com mais de 65 anos gastou, em média, 2.050 dólares em sua última viagem, mais do que qualquer um dos outros grupos pesquisados. Isso demonstra que os consumidores de mais idade viajam, apesar da renda diminuída neste estágio de suas vidas.

O mercado de consumidores de mais idade é grande e de extrema importância, dada sua afluência de recursos e propensão para o consumo de

atividades que lhes proporcionem novas experiências. Segundo Francese (2002), os consumidores na terceira idade demonstram uma atitude “estive-lá-fiz-aquilo” e estão sempre prontos para experimentar algo diferente.

Turistas de mais idade estão se tornando um relevante segmento de mercado, não só por sua riqueza e maior renda discricionária, mas também pela maior disponibilidade de tempo para viajar, o que faz com que estes consumidores visitem lugares mais distantes, por períodos de tempo maiores e fora da alta temporada (Littrell, Paige e Song, 2004).

Se os profissionais de marketing da indústria do turismo pretenderem capturar este mercado, eles deverão saber satisfazer as necessidades especiais deste segmento, entender as barreiras que impedem estes consumidores de viajar e, sobretudo, prover meios de superá-las.

Neste sentido, este trabalho centrou-se nas atividades de turismo dos consumidores de mais idade foi escolhido como tema central deste trabalho. Ele identifica quais são os fatores internos e externos que impedem ou restringem este grupo de consumidores de viajar. Verifica também se, nas barreiras identificadas, há influência de variáveis como idade, sexo, aposentadoria, arranjo familiar (particularmente se a pessoa mora sozinha ou acompanhada de outras pessoas).

O trabalho consta de 6 capítulos, incluindo este. O capítulo 2 apresenta a revisão da literatura. O capítulo 3 consta do método utilizado na pesquisa. O capítulo 4 apresenta os resultados obtidos. No capítulo 5 são apresentadas as conclusões da pesquisa e são feitas algumas recomendações gerenciais aos decisores de marketing da indústria de turismo. Por fim, o capítulo 6 apresenta as referências bibliográficas utilizadas.

1.2

Objetivo

Com intuito de compreender melhor os fatores que restringem o consumo de atividades de turismo por pessoas de mais idade, beneficiando os profissionais de marketing desta indústria e os estudiosos do comportamento do consumidor, foram levantadas as seguintes questões:

- Que fatores internos e externos mais restringem o consumo de atividades de lazer por pessoas de mais idade?
- Qual a influência da *idade, do sexo, do arranjo familiar e do fato de trabalharem ou não* na percepção de restrições ao consumo de atividades de turismo?

A partir da resposta destas perguntas intermediárias, o trabalho responde ao seguinte problema: Quais fatores mais restringem o consumo de atividades de turismo pelos brasileiros de mais idade?

Para atingir este objetivo final foram estabelecidos alguns passos a serem seguidos, compondo os objetivos intermediários. São eles:

- Definir, através de revisão de literatura, que fatores restritivos do consumo de atividades de turismo serão utilizados na pesquisa;
- Coletar dados e testar as diferenças entre os grupos de entrevistados, segmentados com base em idade, sexo, arranjo familiar e o fato de trabalhar ou não;
- Especular sobre os efeitos que causam as diferenças entre os grupos analisados no que diz respeito à percepção de fatores que restringem o consumo de atividades de turismo, caso elas ocorram.

1.3

Delimitação do Estudo

O presente estudo destina-se a identificar os fatores que restringem o consumo de turismo por pessoas de mais idade. Não existe na literatura consistência a respeito de uma idade a partir da qual as pessoas possam ser consideradas de mais idade. Alguns estudos utilizam-se de 50 anos como idade de corte, outros 60 e outros ainda 55 anos. O presente estudo utiliza-se da última idade mencionada, que é mais comum em marketing.

A pesquisa restringe-se a uma amostra de pessoas residentes na cidade do Rio de Janeiro, pertencentes às classes econômicas A e B, segundo critérios

utilizados pelo IBOPE (famílias com renda média familiar superior à R\$ 1.700), conforme a Tabela 1 a seguir.

Tabela 1: Renda familiar bruta mensal por classes

Classe	Renda média familiar (R\$)
A1	7.793
A2	4.648
B1	2.804
B2	1.669
C	927
D	424
E	207

Fonte: IBOPE, Levantamento Sócio-econômico 2000.

O trabalho busca entender os motivos pelos quais as pessoas de mais idade deixam de viajar ou viajam menos frequentemente do que gostariam. Não é identificado, no entanto, as motivações que impulsionam este segmento a viajar. Assim sendo, serão necessários futuros estudos neste campo, que virão a complementar a visão dos estudiosos e gerentes de marketing, no que tange ao consumo de atividades de turismo por pessoas de mais idade brasileiras.

1.4

Contribuição para a indústria do turismo no Brasil

A identificação dos fatores internos e externos que restringem o consumo de atividades de turismo por consumidores brasileiros de mais idade poderá contribuir para a formulação de melhores programas de marketing para diversos tipos de empresas que compõem a indústria do turismo, não só para as agências, mas também para hotéis e pousadas e empresas de transporte (aéreo, rodoviário, marítimo, etc).

A partir de um melhor entendimento deste segmento de consumidores, em parte propiciado pelo presente estudo, será possível aos ramos empresariais anteriormente citados desenvolver produtos e serviços que atendam às necessidades e anseios destes consumidores e que levem em conta suas restrições físicas e psicológicas decorrentes da idade.

1.5

Relevância

1.5.1

Crescimento da população de mais idade no mundo

Segundo o Relatório “Population Challenges and Development Goals” (ONU, 2005), durante o século 20, a proporção de pessoas de mais idade (60 anos ou mais) continuou a crescer e a tendência continua sendo de crescimento no século 21. Em 1950, este segmento representava 8% da população, em 2005 já representava 10% e estima-se que em 2050 este percentual atinja os 22%. No início do século 21, a população mundial contava com aproximadamente 600 milhões de pessoas idosas, o triplo do número de pessoas desta idade 50 anos antes. No ano 2050, espera-se que o mundo tenha 2 bilhões de pessoas idosas.

Globalmente, a população de mais idade cresce cerca de 2%/ano. Este ritmo de crescimento é consideravelmente mais rápido do que o da população mundial e estima-se que, pelo menos nos próximos 25 anos, a população de mais idade continuará crescendo de forma mais rápida do que qualquer outro grupo etário. A taxa de crescimento deste grupo de pessoas com mais de 60 anos alcançará 3.1% anuais no período de 2010-2015, o que por sua vez demandará ajustes econômicos e sociais na maioria dos países.

A população de mais idade em si também está envelhecendo. Dentre todas as faixas etárias, a que mais cresce no mundo é a de pessoas com mais de 80 anos (4.2% ao ano). Esta faixa já representa um oitavo do total de pessoas de mais idade no mundo e estima-se que, em 2050, este percentual chegue a um quinto.

Existem diferenças marcantes entre as regiões no que tange o número e a proporção populacional de idosos. A velocidade com que a população envelhece é bem maior nos países desenvolvidos do que nos menos desenvolvidos (ONU, 2005). Segundo reportagem da Revista EXAME (Edição 834, 2005), dos 20 países com mais idosos no mundo, 19 estão na Europa. Dentre as economias ricas, a estrutura etária do Japão segue o padrão europeu, enquanto os EUA têm uma estrutura um pouco mais nova, uma vez que recebe muitos imigrantes.

Dados da ONU (2005) revelam que nos países desenvolvidos, um quinto da população é composta por pessoas de mais idade no ano de 2005. Em 2050, a

expectativa é de que esta proporção chegue a um terço. Já nos países menos desenvolvidos, 8% da população tem 60 anos ou mais e essa proporção deve alcançar 20% em 2050.

O declínio nas taxas de fertilidade, reforçado pelo aumento da taxa de longevidade produziu e ainda continua a produzir importantes mudanças na pirâmide etária de todas as sociedades. Dentre as principais mudanças ocorridas, destaca-se a reversão nas proporções do número de pessoas jovens e idosas.

A taxa de suporte potencial (TSP – número de pessoas com idade entre 15 e 64 anos por pessoa com mais de 65 anos) indica a dependência dos idosos nos trabalhadores ativos. O impacto do envelhecimento demográfico é visível na TSP, que tem caído e continuará a cair. De 1950 a 2005, a TSP caiu de 12 para 9 pessoas em idade ativa por cada idoso (com 65 anos ou mais) e estima-se que cairá para 4 pessoas em 2050. A TSP exerce importantes implicações nos sistemas de seguridade social, principalmente no sistema tradicional, onde os atuais trabalhadores pagam pelos benefícios das pessoas aposentadas.

Mochis (2003) afirma que o envelhecimento da população afeta a todos no planeta. Afeta governos, instituições e indivíduos. Este processo, como dito anteriormente, pressiona os fundos de pensão e os sistemas de assistência médica, sem contar o impacto econômico, uma vez que afeta o crescimento da economia, o nível de poupança e de investimento. Esta tendência de envelhecimento da população também tem impacto sobre as famílias e traz à tona assuntos tais como “quem cuidará dos idosos?”, composição familiar e qualidade nos estágios de vida mais avançados.

Ainda segundo a ONU (2005), a maioria das pessoas de mais idade são mulheres, uma vez que expectativa de vida da mulher é maior do que a do homem. Em idades mais avançadas, como a partir dos 80 anos, o número de mulheres é mais do que o dobro do número de homens.

1.5.2

Crescimento da população de mais idade no Brasil

Assim como a população mundial, a população brasileira também está envelhecendo. Segundo dados do IBGE (Censo 2000), em 2000, 30% dos brasileiros tinha de zero a 14 anos, e os maiores de 65 representavam apenas 5%

da população. Em 2050, esses dois grupos etários se igualarão: cada um deles representará 18% da população brasileira. Pela Revisão 2004 da Projeção de População do IBGE, em 2062, o número de brasileiros vai parar de aumentar.

Assim como ocorrido em outros países, principalmente os desenvolvidos, a queda combinada das taxas de fecundidade e mortalidade vem ocasionando uma mudança na estrutura etária brasileira, com a diminuição relativa da população mais jovem e o aumento proporcional dos idosos. Em 1980, a população brasileira dividia-se, igualmente, entre os que tinham acima ou abaixo de 20,2 anos. Em 2050, essa idade mediana será de exatos 40 anos (IBGE – Censo 2000).

Paralelo à diminuição das taxas de natalidade e de fecundidade está o crescimento da expectativa de vida no país. Segundo o IBGE, em 2002 registrou-se que a esperança média de vida ao nascer era de 71 anos de idade, com um aumento de 4,7 anos em relação ao ano de 1992. Portanto, enquanto o número de nascimentos diminuía, a população passou a viver mais, principalmente nas cidades. Por outro lado, também contribuíram para o envelhecimento da população as melhorias na rede de saneamento básico e os avanços na área de saúde, como a difusão de programas de vacinação, o desenvolvimento de novos medicamentos e a ampliação do sistema de assistência médica.

A proporção de idosos vem crescendo mais rapidamente que a proporção de crianças. Em 1980, existiam cerca de 16 idosos para cada 100 crianças; em 2000, essa relação praticamente dobrou, passando para quase 30 idosos por 100 crianças. A queda da taxa de fecundidade ainda é a principal responsável pela redução do número de crianças, mas a longevidade vem contribuindo progressivamente para o aumento de idosos na população. Um exemplo é o grupo das pessoas de 75 anos ou mais de idade que teve o maior crescimento relativo (49,3%) de 1991 a 2000, em relação ao total da população idosa (IBGE, Censo 2000).

No Brasil, em média, as mulheres vivem oito anos a mais que os homens. As diferenças de expectativa de vida entre os sexos mostram: em 1991, as mulheres correspondiam a 54% da população de idosos; em 2000, passaram para 55,1%. Portanto, em 2000, para cada 100 mulheres idosas havia 81,6 homens idosos.

O Censo 2000 verificou que 62,4% dos idosos eram responsáveis pelos domicílios brasileiros, observando-se um aumento em relação a 1991, quando os

idosos responsáveis representavam 60,4%. É importante destacar que no conjunto dos domicílios brasileiros (cerca de 44,8 milhões), 20% tinham idosos como responsáveis. Em 1991, essa proporção ficava em torno de 18,4%. A distribuição por sexo revela que, em 2000, 37,6% dos responsáveis idosos eram do sexo feminino, enquanto no início da década passada essa proporção atingia a 31,9%. Destaca-se ainda que a idade média do responsável idoso, em 2000, estava em torno de 69,4 anos (70,2 anos quando o responsável era do sexo feminino e 68,9 para o idoso responsável do sexo masculino).

Entre os domicílios sob a responsabilidade de idosos, os domicílios unipessoais, isto é, aqueles com apenas um morador, totalizavam, em 2000, cerca de 11,6 milhões de unidades, representando 17,9% do total. Em 1991, a proporção era de 15,4%. Também é relevante a elevada proporção de mulheres idosas que moravam só em 2000 - cerca de 67% - conforme a Tabela 2 a seguir..

Tabela 2: Pessoas de 60 anos ou mais de idade, em números absolutos, residentes em domicílios unipessoais

Sexo do Responsável	Absoluto		Relativo	
	1991	2000	1991	2000
Homem	316.751	531.292	32,1	33,1
Mulher	668.859	1.072.591	67,9	66,9
Total	985.610	1.603.883	100,0	100,0

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 1991 e 2000.

Nota: Domicílios particulares permanentes

Os números do Censo 2000 do IBGE mostram, também, outra realidade para grande parte dos idosos responsáveis pelos domicílios. Em todo o país, 64,7% moram acompanhados (com ou sem cônjuge, mas com filhos e/ou outros parentes na mesma casa). Nos domicílios onde a idosa é responsável, é mais recorrente a forma de organização familiar sem o cônjuge (93,3%), porque, nestes casos, provavelmente, tais domicílios são ocupadas pelas idosas viúvas.

A renda dos idosos está aumentando, conforme pode ser visto na Tabela 3. Embora os dois últimos censos tenham revelado que a renda média do idoso ainda é menor do que a da população de 10 anos ou mais de idade, seu crescimento foi maior, atingindo 63% entre 1991 e 2000 contra 42% da população de 10 anos ou mais. Essa tendência repete-se na desagregação por áreas urbanas e rurais, com

destaque para essas últimas que apresentaram um crescimento no rendimento médio dos idosos de 76%.

De 1991 para 2000, o rendimento médio do idoso responsável pelo domicílio passou de R\$ 403,00 para R\$ 657,00, sendo que no corte por gênero, os homens ganham, em média, mais do que as mulheres: R\$ 752,00 contra R\$ 500,00.

Tabela 3: Rendimento mensal das pessoas com 60 anos ou mais de idade responsáveis pelo domicílio, com rendimento (em Reais)

1991			2000			Crescimento Relativo (%)		
Total	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural
403.00	477.00	168.00	657.00	739.00	297.00	63,0	54,0	76,0

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 1991 e 2000.

Nota: Domicílios particulares permanentes

(1) Valores deflacionados pelo INPC com base em Julho 2000.

A população de mais idade brasileira cresce em ritmo acelerado, chefia grande parte dos domicílios brasileiros e seu rendimento médio mensal também tem apresentado um aumento significativo. Neste sentido, entende-se que este segmento de consumidores merece grande atenção dos estudiosos de marketing de diversas indústrias (como a alimentícia, de roupas, assistência médica, construção civil, farmacêutica, dentre outras) e da indústria do turismo, em particular.

1.5.3

A importância da indústria do turismo no Brasil

A indústria do turismo é amplamente reconhecida como uma das maiores do mundo. No Brasil, este panorama não é diferente. O turismo internacional no Brasil gerou, em 2003, cerca de 3,4 bilhões de dólares de receita cambial, o que corresponde a 196% da receita gerada em 1981 (ano-base), conforme pode ser observado na Tabela 4.

Tabela 4: Receita cambial gerada pelo turismo internacional no Brasil – 1981/2003

Ano	Valor (US\$ mil)	Índice: Base 1980=100
1981	1.726.726	100
1982	1.607.739	93
1983	1.532.647	89
1984	1.511.508	88
1985	1.492.639	86
1986	1.527.222	88
1987	1.502.393	87
1988	1.642.759	95
1989	1.224.821	71
1990	1.444.171	84
1991	1.558.800	90
1992	1.307.065	76
1993	1.091.419	63
1994	1.924.800	111
1995	2.097.100	121
1996	2.469.146	143
1997	2.594.884	150
1998	3.678.029	213
1999	3.994.144	231
2000	4.227.606	245
2001	3.700.887	214
2002	3.120.132	181
2003	3.385.967	196

Fonte: Ministério do Turismo, Anuário Estatístico 2004.

Em se tratando de números de passageiros internacionais recebidos nos aeroportos brasileiros, observa-se que estes são bastante expressivos e apresentam tendência de crescimento no período de 1970 a 2003, conforme pode ser visto na Tabela 5 a seguir. A queda do número de turistas recebidos em 2001 deve-se, em grande parte, aos ataques terroristas aos Estados Unidos em 11 de setembro deste ano, que tiveram impacto na indústria de turismo do mundo inteiro. O número de turistas recebidos em 2003, quando comparado ao ano de 1993 é 157% maior, o que demonstra o forte crescimento da indústria durante este período de dez anos.

Tabela 5: Entrada de turistas no Brasil – 1997/2003

ANOS	TURISTAS	ANOS	TURISTAS	ANOS	TURISTAS	ANOS	TURISTAS
1970	249.900	1979	1.081.799	1988	1.742.939	1998	4.818.084
1971	287.926	1980	1.625.422	1989	1.402.897	1999	5.107.169
1972	342.961	1981	1.357.879	1990	1.091.067	2000	5.313.463
1973	399.127	1982	1.146.681	1991	1.228.178	2001	4.772.575
1974	480.267	1983	1.420.481	1992	1.692.078	2002	3.783.400
1975	517.967	1984	1.595.726	1993	1.641.138	2003	4.090.590
1976	555.967	1985	1.735.982	1995	1.991.416		
1977	634.595	1986	1.934.091	1996	2.665.508		
1978	784.316	1987	1.929.053	1997	2.849.750		

Fonte: EMBRATUR, Anuário Estatístico 2004.

Apesar da dificuldade para a obtenção de dados específicos sobre o turismo doméstico de pessoas de mais idade no Brasil, os dados da EMBRATUR demonstram que o número de turistas domésticos está crescendo (cerca de 10%, quando são comparados os anos de 2001 e 1998), e que estes estão viajando mais de avião, hospedando-se mais em hotéis e pousadas e utilizando-se mais dos serviços oferecidos por agências de viagem (Tabela 6).

Tabela 6: Principais aspectos das viagens domésticas – 1998 e 2001

Itens	1998	2001
Número de Turistas	38.208.000	41.000.000
Meio de transporte utilizado		
<i>Ônibus de linha</i>	49,6%	36,6%
<i>Ônibus de excursão</i>	6,1%	6,5%
<i>Carro próprio</i>	19,1%	30,9%
<i>Avião</i>	6,8%	9,0%
Meio de hospedagem utilizado		
<i>Hotel</i>	11,5%	15,0%
<i>Pousada</i>	2,9%	5,0%
<i>Casa alugada</i>	5,3%	5,0%
<i>Casa de amigos</i>	73,2%	66,0%
Utilizam serviços agência de viagem	5,4%	7,7%
Duração média da viagem (dias)	11,7	10,8
Gasto médio por viagem (R\$)	492,3	486,6

Fonte: EMBRATUR, Evolução do Turismo 1992 - 2002.

Sabendo-se que a indústria do turismo ainda têm potencial de crescimento no país, torna-se relevante o desenvolvimento de estudos que visem a sua melhor compreensão e que possam contribuir para o seu crescimento no país.