



TURISMO NA TERCEIRA IDADE: UMA ANÁLISE DE MERCADO

TOURISM IN THE ELDERLY: A MARKET ANALYSIS

TURISMO EN PERSONAS MAYORES: UN ANÁLISIS DE MERCADO

Denise de Mendonça Gomes¹, José Luiz Alves¹

e443107

<https://doi.org/10.47820/recima21.v4i4.3107>

PUBLICADO: 04/2023

RESUMO

O artigo propõe analisar o perfil do consumidor idoso no turismo brasileiro, visto a transformação da terceira idade na sociedade e o crescimento desta faixa etária, que busca por uma qualidade de vida já após os 60 anos. Tornando-se um nicho de mercado atraente para ser explorado, mas que deve ser analisado, já que exige atenção para suas necessidades e preferências. São potenciais consumidores para as empresas de turismo, visto que costumam viajar o ano inteiro e prezam por conforto e segurança. O turismo para a terceira idade pode trazer diversos benefícios, como a oportunidade de conhecer novos lugares, culturas e pessoas, o que contribui para o bem-estar emocional e social dos idosos. Além disso, as viagens de lazer podem ajudar a manter a saúde física e mental, já que estimulam a atividade física, o raciocínio e a criatividade. Outro benefício é a possibilidade de fazer novas amizades e fortalecer os laços familiares e de amizade, o que contribui para a qualidade de vida e a felicidade dos idosos. Por fim, o turismo para a terceira idade pode ajudar a impulsionar a economia local, gerando empregos e renda para a comunidade.

PALAVRAS-CHAVE: Terceira Idade. Turismo. Acessibilidade. Turismo acessível.

ABSTRACT

The article proposes to analyze the profile of the elderly consumer in Brazilian tourism, given the transformation of the elderly in society and the growth of this age group, which seeks a quality of life after the age of 60. Becoming an attractive market niche to be explored, but which must be analyzed, as it requires attention to their needs and preferences. They are potential consumers for tourism companies, as they tend to travel all year round and value comfort and safety. Tourism for the elderly can bring many benefits, such as the opportunity to discover new places, cultures and people, which contributes to the emotional and social well-being of the elderly. In addition, leisure travel can help maintain physical and mental health, as it stimulates physical activity, reasoning and creativity. Another benefit is the possibility of making new friends and strengthening family and friendship ties, which contributes to the quality of life and happiness of the elderly. Finally, tourism for the elderly can help boost the local economy, generating jobs and income for the community.

KEYWORDS: *Third Age. Tourism. Accessibility. Accessible tourism.*

RESUMEN

El artículo propone analizar el perfil del consumidor anciano en el turismo brasileño, dada la transformación de la tercera edad en la sociedad y el crecimiento de este grupo de edad, que busca una calidad de vida ya después de 60 años. Convirtiéndose en un nicho de mercado atractivo para ser explorado, pero que debe ser analizado, ya que requiere atención a sus necesidades y preferencias. Son consumidores potenciales para las empresas turísticas, ya que suelen viajar todo el año y valoran la comodidad y la seguridad. El turismo para personas mayores puede traer varios beneficios, como la oportunidad de conocer nuevos lugares, culturas y personas, lo que contribuye al bienestar emocional y social de las personas mayores. Además, los viajes de placer pueden ayudar a mantener la salud física y mental, ya que estimulan la actividad física, el razonamiento y la creatividad. Otro beneficio es la posibilidad de hacer nuevos amigos y fortalecer los lazos familiares y de amistad, lo que contribuye a la calidad de vida y felicidad de los ancianos. Finalmente, el turismo para personas mayores puede ayudar a impulsar la economía local, generando empleos e ingresos para la comunidad.

PALABRAS CLAVE: *Tercera Edad. Turismo. Accesibilidad. Turismo accesible.*

¹ Faculdade de Administração e Direito da Universidade de Pernambuco - FCAP.



INTRODUÇÃO

Este estudo aborda as características da população da terceira idade no setor do turismo, pois definindo os possíveis perfis de consumidores deste segmento é possível entender melhor quais são os seus diferenciais e a melhor forma de trabalhar com este nicho de mercado.

De acordo com a *World Travel & Tourism Council (2022)*, o Brasil teve um crescimento significativo no setor de turismo em 2021 e se tornou o 11º maior mercado turístico do mundo, impulsionado pela demanda de viagens internas. Apesar desse crescimento, o país ainda está atrás de outros países como México, Índia, França, Itália e Canadá em relação ao PIB do turismo pré-pandemia. A tendência de crescimento do turismo latino-americano nos próximos dez anos é de 4%, quase o dobro do crescimento econômico estimado para a região (2,3%). O turismo no Brasil teve um aumento de 33,5% em receita no primeiro semestre de 2022 em comparação com o mesmo período de 2021. A contribuição do setor de turismo no Brasil para o PIB é de 8,1% e para o emprego é de 7,5%.

Segundo o IBGE (2022), no ano de 2021 o Brasil passou a possuir aproximadamente 32,9 milhões de pessoas com 60 anos ou mais, o que representa cerca de 15,6% da população total do país. Essa proporção deve continuar crescendo nas próximas décadas, em função do envelhecimento da população e da melhoria das condições de vida e saúde dos idosos. O IBGE também destaca que as mulheres são maioria entre os idosos, representando cerca de 57,4% desse grupo populacional. Além disso, a maioria dos idosos vive em áreas urbanas e possui baixa renda, o que pode afetar o acesso a serviços de saúde, lazer e turismo.

As pessoas incluídas no público de terceira idade necessitam de uma vida participativa para se sentirem integrados na sociedade. O setor turístico oferece oportunidades únicas para uma evasão da vida cotidiana de convívio e para descobrir novos mundos e outras culturas. Por estas razões é imprescindível que o turismo se torne acessível a todos e não exclua qualquer setor da população, dando acesso aos idosos os mais diversos produtos turísticos.

Os idosos estão saindo de casa e procurando novas formas de lazer, por isso é necessário desenvolver um turismo para a terceira idade, considerando que esta atividade pode ser de extrema importância para a melhora da qualidade de vida dessas pessoas. Porém, é fundamental entender as limitações e necessidades desse grupo, que devido a idade precisa de atendimentos especiais e que seu perfil precisa ser levado em consideração para poder proporcionar a melhor entrega de serviço para estes clientes. Conforme Catho (2013) informa que nos últimos 10 anos, houve uma considerável evolução nas ofertas de pacotes e adaptação de roteiros turísticos para o público da terceira idade, mas ainda falta muito para suprir a demanda nacional.

De acordo com Petrocchi (2001), o Código Mundial de Ética do Turismo, adotado pela Organização Mundial do Turismo (OMT), reconhece a importância do turismo para os idosos e estabelece princípios para garantir sua proteção e bem-estar. Entre as diretrizes destacadas pelo código estão a promoção do turismo acessível e inclusivo para todas as idades, a valorização da cultura e das tradições locais, a proteção do patrimônio natural e cultural, a promoção da saúde e



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

TURISMO NA TERCEIRA IDADE: UMA ANÁLISE DE MERCADO
Denise de Mendonça Gomes, José Luiz Alves

segurança dos turistas e a prevenção da exploração sexual e do comércio ilegal de objetos culturais. O código também destaca a importância da consulta e do envolvimento das comunidades locais e dos turistas na promoção do turismo sustentável e responsável.

As atividades turísticas devem respeitar a igualdade entre os homens e as mulheres, devem tender a promover os direitos humanos, especialmente, os direitos particulares dos grupos mais vulneráveis, especificamente as crianças, os idosos, os deficientes, as minorias étnicas e autóctones (PETROCCHI, 2001).

É nesse contexto que se inclui o turismo de terceira idade, pois, além de oferecer opções de diversão e conhecimento, propicia interações sociais e a conquista de novas amizades, minimizando a solidão e melhorando a qualidade de vida dessas pessoas que, de alguma forma, já deram sua contribuição à família e à sociedade.

Alguns especialistas da área apontam o segmento de terceira idade com sendo uma necessidade de convívio social, de novas aprendizagens e de lazer para as pessoas dessas pessoas, praticamente desobrigadas de compromissos profissionais.

O turismo na terceira idade é um dos grandes destaques do turismo de lazer nos últimos tempos. Atualmente no mercado turístico existem várias opções de pacotes de viagens feitos específicos para esse segmento que geralmente viaja em grupo e se diverte tanto quanto os jovens.

A imagem de idosos frágeis está ultrapassada, integrá-los nas atividades turísticas e de lazer aprimoram seus conhecimentos, fortalecem as suas habilidades e acentuam sua independência. Cada vez esse segmento está utilizando o tempo livre para conhecer e valorizar os patrimônios naturais e culturais das cidades. Nos últimos anos, houve um crescimento bastante significativo na oferta de serviços destinados a essa faixa etária, pois esse segmento se apresenta como um público bastante promissor para o setor turístico e é uma opção viável para diminuir o problema da sazonalidade, podendo constituir um fluxo bastante considerável nas baixas temporadas.

Portanto, o objetivo desta pesquisa é o de analisar a potencial turístico para este nicho de mercado. Os objetivos específicos são identificar o perfil do consumidor de terceira idade, suas necessidades de adaptabilidade nos locais visitados e atendimento específico.

1 TURISMO: QUESTÕES BÁSICAS

A história do turismo pode ser mais antiga do que se imagina. Alguns historiadores datam a atividade turística nos primórdios da humanidade, com o *homo sapiens* (espécie a qual temos origem) deslocava-se para diversos lugares do planeta em busca de animais ou de alimentos. Com o passar do tempo os deslocamentos passaram a ter outros sentidos, como por exemplo, na Grécia, que muito antes da era de Cristo, as pessoas viajavam por motivos religiosos, esportivos ou por necessidade de conhecimento.

O turismo foi crescendo cada vez mais, aumentando sua demanda dependo do contexto histórico que o mundo passava, como o surgimento das navegações, as duas grandes guerras, dentre outros. Sua importância ganhou destaque na economia no início do século XX, e não



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

TURISMO NA TERCEIRA IDADE: UMA ANÁLISE DE MERCADO
Denise de Mendonça Gomes, José Luiz Alves

estacionou mais. São vários aspectos relevantes que conotam o turismo com sendo uma atividade que abrange áreas como a sociologia, cultura e economia.

O turismo pode ser definido como a atividade de deslocamento de pessoas de um lugar para outro com o objetivo de vivenciar novas experiências, conhecer diferentes lugares, culturas e tradições. Essa atividade envolve o deslocamento temporário por motivos de lazer, negócios, estudos, entre outros, e pode incluir a hospedagem em hotéis, resorts, pousadas, entre outros tipos de acomodação. O turismo é uma atividade econômica relevante em muitos países, gerando empregos e movimentando a economia local. Porém, é importante que seja praticado de forma responsável e sustentável, visando minimizar os impactos negativos sobre o meio ambiente e as comunidades locais.

O turismo como elemento importante da vida social e econômico da comunidade regional. Reflete as aspirações legítimas das pessoas no sentido de desfrutar de novos lugares, assimilar culturas diferentes, beneficiar-se de atividades ou descansar longe do local habitual de residência ou de trabalho (BENI, 1998).

Ele é formado por um conjunto de unidade motriz, como o sistema de hotelarias, que por sua ação apresentam efeitos indubitáveis sobre o turismo comercial e de entretenimento.

Com o atrativo de belas paisagens e natureza deslumbrante, o Brasil é considerado uma das principais opções na hora de se escolher um destino para viajar. Devido a sua extensão, o Brasil oferece uma gama de opções que agradam os mais diversos públicos, indo de litorais a florestas, pantanais, serras, cerrados e caatingas, comidas típicas, festas e tradições regionais.

2 TERCEIRA IDADE

Terceira idade é um termo que se refere à fase da vida das pessoas que estão na faixa etária dos 60 anos ou mais. Essa expressão foi criada para substituir o termo "velhice", que pode ter uma conotação negativa e desrespeitosa em relação aos idosos. A terceira idade é uma etapa em que muitas pessoas se aposentam, têm mais tempo livre e buscam atividades de lazer e entretenimento. Porém, também é uma fase em que podem surgir desafios relacionados à saúde, mobilidade e independência, sendo importante garantir políticas e serviços públicos que atendam às necessidades específicas desse grupo populacional.

O envelhecimento da população mundial é um fenômeno decorrente do aumento da expectativa de vida e da diminuição da taxa de natalidade em muitos países. Esse processo traz desafios e oportunidades para a sociedade em diferentes áreas, como saúde, previdência, trabalho, educação, entre outras. Por um lado, o envelhecimento pode levar a um aumento da demanda por serviços de saúde e previdência, além de gerar mudanças no mercado de trabalho e na dinâmica das famílias. Por outro lado, também pode representar uma oportunidade para a criação de novos negócios e serviços voltados para as necessidades específicas dos idosos, além de valorizar a experiência e o conhecimento acumulado por essa parcela da população. É importante que as



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

TURISMO NA TERCEIRA IDADE: UMA ANÁLISE DE MERCADO
Denise de Mendonça Gomes, José Luiz Alves

políticas públicas e privadas estejam preparadas para lidar com esse fenômeno de forma adequada e inclusiva.

Esse aumento da população idosa, corrobora com os estudos de Frommer (2003), afirmando que este fenômeno se deve aos ganhos quantitativos, refletidos no aumento da expectativa de vida, e ganhos qualitativos expressos pela melhoria dos padrões pessoais e sociais de existência, como saúde, educação, infraestrutura e outros.

Os idosos, também são vistos ainda pelas sociedades e por muitas empresas como incapazes e com limitações de natureza física, e que pare de seu poder de influência tem diminuído, mas são circunstâncias que podem acontecer em qualquer momento da vida conforme destaca (FROMMER, 2003).

O público de terceira idade é geralmente composto por pessoas com mais de 60 anos de idade. No entanto, essa definição pode variar de acordo com o contexto cultural e social de cada região. É importante considerar que essa faixa etária pode ser bastante heterogênea em termos de interesses, necessidades e expectativas. Alguns idosos são ativos, saudáveis e independentes, enquanto outros podem ter limitações físicas e mentais que afetam suas atividades diárias. Por isso, é importante buscar entender as particularidades desse público para oferecer serviços e produtos adequados às suas necessidades.

Destinada a regular os direitos assegurados às pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos, foi criada a Lei nº 10.741 de 01/10/2003 (Estatuto do Idoso). Dentre outras competências dá o direito a estes indivíduos a cultura, ao esporte e ao lazer, proporcionando descontos de pelo menos 50% (cinquenta por cento) nos ingressos para eventos artísticos, culturais, esportivos e de lazer, como também garante que os meios de comunicação mantenham espaços e horários especiais voltados aos idosos, com finalidade informativa, artística e cultural.

Por se tratar de grupo específico onde as pessoas podem ter as diversas especificidades, foi criada a norma NBR 9050 (2020) que visa o atendimento das necessidades de adequação e acesso às edificações de uso público e a circulação de modo geral, voltadas para as pessoas com deficiência física ou mobilidade reduzida, sendo o caso da pessoa da terceira idade. A norma especifica cotas e critérios de utilização das dimensões compatíveis às condições de conforto e segurança as pessoas com deficiência às edificações, ao espaço, mobiliário e equipamentos urbanos, fixando as condições exigíveis, bem como os padrões e as medidas que visam propiciar melhores condições de acesso.

Algumas Definições da NBR 9050 (ABNT, 2020):

Acessível – Espaço, edificação, mobiliário, equipamento urbano ou elemento que possa ser alcançado, acionado, utilizado e vivenciado por qualquer pessoa, inclusive aquelas com mobilidade reduzida. O termo acessível implica tanto acessibilidade física como de comunicação;

Adaptado – Espaço, edificação, mobiliário, equipamento urbano ou elemento cujas características originais foram alteradas para que se torne acessível;

Espaço acessível – Espaço que pode ser percebido e utilizado em sua totalidade por todas as pessoas, inclusive aquelas com mobilidade reduzida;



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

TURISMO NA TERCEIRA IDADE: UMA ANÁLISE DE MERCADO
Denise de Mendonça Gomes, José Luiz Alves

Rota Acessível – Trajeto contínuo, desobstruído e sinalizado, que conecta os ambientes externos ou internos de espaços e edificações, e que possa ser utilizado de forma autônoma e segura, por todas as pessoas, inclusive aquelas com deficiência. A rota acessível externa pode incorporar estacionamentos, calçadas rebaixadas, faixas de travessia de pedestres, rampas etc. A rota acessível interna pode incorporar corredores, pisos, rampas, escadas, elevadoras etc.

3 O TURISMO E A TERCEIRA IDADE

A terceira idade é um segmento cada vez mais relevante no mercado turístico, pois muitos idosos têm mais tempo livre, recursos financeiros e interesse em viajar e conhecer novos lugares. Além disso, muitos destinos turísticos estão adaptando suas infraestruturas e serviços para atender às necessidades específicas desse público, como hotéis com quartos acessíveis, transporte adaptado e atividades de lazer adequadas. O turismo para a terceira idade pode incluir viagens em grupos, cruzeiros, circuitos culturais, entre outras opções. É importante que as empresas do setor estejam atentas às demandas desse segmento e ofereçam serviços de qualidade e acessíveis, contribuindo para uma experiência turística satisfatória e inclusiva.

Este segmento pode se tornar uma alternativa para o problema da sazonalidade, que afeta a todos negócios que sobrevivem do turismo, como as agências de viagens, transportadoras, redes hoteleiras, que em baixa temporada ficam praticamente ociosos. Como é afirmado por Frommer (2003) esse segmento pode constituir um fluxo permanente nas baixas temporadas, garantindo as partidas em viagens organizadas, a taxa de ocupação da rede hoteleira e a utilização de equipamentos e serviços turísticos “.

Para alcançar este cliente, no entanto, é necessário conhecê-lo, principalmente as suas motivações, o que se torna complicado visto que os idosos têm diferentes motivos para viajar, o que exige das empresas que trabalhem com este grupo oferecer produtos turísticos específicos. Segundo estudo realizado pela Organização das Nações Unidas e a Organização Mundial do Turismo (ONU e OMT, 2000) apud Ruschmann (2012) os principais motivos para os idosos viajarem estão as atividades recreativas e de entretenimento, atividades culturais, de lazer, convívio social e oportunidades de fazer novas amizades. O turismo se torna uma alternativa para a melhora da qualidade de vida das pessoas que passam dos 60 anos. Em uma análise mais profunda a relação do turismo e terceira idade

Mas, para que todos os benefícios e as expectativas dos idosos possam ser atendidas é necessário adequação dos pacotes turísticos e o conhecimento do cliente, pois as motivações dos idosos para viajar ditas antes são parecidas com a das outras faixas etárias. A questão é que este segmento tem necessidades específicas. Torna-se necessário dar ênfase no atendimento aos turistas idosos nas questões de segurança, limpeza, ambiente, acessibilidade, proteção ao consumidor, educação e treinamento lembra Souza, Jacob Filho e Souza (2006), assim proporcionando a qualidade necessária no serviço prestado para este nicho.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

TURISMO NA TERCEIRA IDADE: UMA ANÁLISE DE MERCADO
Denise de Mendonça Gomes, José Luiz Alves

O crescimento da quantidade de pesquisas e trabalhos sobre a relação de idosos e o turismo mostram que existe a preocupação com esse caso de estudo, esta base teórica é relevante para o desenvolvimento do mercado visando este nicho em específico.

4 MÉTODO

Este estudo caracterizou-se por uma pesquisa bibliográfica. Assim, o trabalho iniciou com uma pesquisa bibliográfica e documental realizada em livros, artigos científicos, documentos e sites da internet que abordam as questões relacionadas à terceira idade, ao envelhecimento, ao turismo, à cultura e acessibilidade. Aliada a essa pesquisa também foram realizados estudos sobre as legislações específicas, entre as quais: NBR9050 de 2020 (ABNT, 2020) e Estatuto do Idoso.

5 CONSIDERAÇÕES

Após todos as informações coletadas é possível afirmar que é rentável financeiramente trabalhar com o turismo de terceira idade. De acordo com dados do IBGE, a população idosa no Brasil está em constante crescimento, o que aumenta a demanda por serviços turísticos específicos para esse público. Além disso, pessoas idosas possuem uma renda disponível maior para gastar em viagens, uma vez que já possuem uma estabilidade financeira. Outro ponto importante é que a terceira idade costuma viajar fora de temporada, o que pode ajudar a manter a ocupação dos hotéis durante períodos mais calmos. No entanto, é importante que as empresas do setor se atentem às necessidades e preferências desse público, oferecendo serviços e roteiros adequados às suas expectativas.

O público idoso é um segmento importante do turismo, pois muitos idosos têm tempo e recursos para viajar, além de desfrutarem de atividades de lazer e cultura. No entanto, para alcançar esse público-alvo, as empresas de turismo precisam levar em consideração suas necessidades e preferências específicas. Aqui estão algumas dicas para o setor de turismo ao lidar com o público idoso:

- **Acessibilidade:** Os idosos podem ter dificuldade em se locomover ou ter limitações físicas, por isso é importante que as empresas de turismo ofereçam instalações acessíveis, como quartos e banheiros adaptados, rampas de acesso, elevadores, entre outros;
- **Conforto:** O conforto é uma preocupação importante para muitos idosos, especialmente durante as viagens de longa distância. As empresas de turismo devem considerar a qualidade do transporte e acomodações oferecidos, para garantir que os idosos viajem com segurança e conforto;
- **Atividades:** Muitos idosos buscam atividades culturais e recreativas durante suas viagens. As empresas de turismo devem oferecer uma variedade de atividades que atendam aos interesses dos idosos, como passeios a museus, shows e eventos culturais, caminhadas e outros esportes de baixo impacto;



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

TURISMO NA TERCEIRA IDADE: UMA ANÁLISE DE MERCADO
Denise de Mendonça Gomes, José Luiz Alves

- Saúde: Muitos idosos têm condições de saúde que requerem cuidados especiais. As empresas de turismo devem estar preparadas para lidar com emergências médicas e oferecer assistência médica em caso de necessidade;
- Comunicação: As empresas de turismo devem comunicar claramente com o público idoso, de forma que as informações sejam facilmente compreendidas. Isso pode incluir o uso de linguagem simples e instruções claras, além de garantir que haja pessoal disponível para ajudar com qualquer dúvida ou problema.

Lembrando que, o público idoso pode ser bastante diversificado, e cada indivíduo tem suas próprias necessidades e preferências, portanto, é importante abordá-los de forma personalizada e individualizada.

Viajar pode ser uma experiência enriquecedora para os idosos, mas é importante ter alguns cuidados especiais para garantir a segurança e o conforto durante a viagem. Aqui estão algumas dicas:

- 1) Consulte um médico: Antes de viajar, é importante que o idoso passe por uma avaliação médica para verificar se está apto para viajar e se há alguma restrição ou recomendação específica;
- 2) Escolha um destino adequado: Considere os interesses e necessidades do idoso na hora de escolher um destino turístico. Verifique se há infraestrutura adequada para recebê-lo, como hotéis com quartos adaptados e transporte acessível;
- 3) Planeje o transporte: Verifique as opções de transporte disponíveis e escolha a mais adequada para o idoso. É importante considerar o tempo de viagem, as escalas e o conforto durante o trajeto.
- 4) Leve medicamentos e documentos: Certifique-se de que o idoso tenha consigo todos os medicamentos necessários e uma cópia dos documentos pessoais, como RG e cartão do SUS;
- 5) Faça pausas regulares: Durante a viagem, é importante fazer pausas regulares para que o idoso possa descansar, esticar as pernas e usar o banheiro, se necessário;
- 6) Adaptar a alimentação: Verifique se há opções de alimentação adequadas para o idoso no destino escolhido. Se necessário, leve alimentos e bebidas que o idoso esteja acostumado a consumir;
- 7) Esteja preparado para emergências: Leve um kit de primeiros socorros e anote os telefones úteis, como o do seguro saúde e de serviços de emergência.

Seguindo essas dicas, é possível garantir uma viagem segura e agradável para os idosos

REFERÊNCIAS

ABNT. **NBR 9050**: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Associação Brasileira de Normas Técnicas. Rio de Janeiro: ABNT, 2020. Disponível em: <https://www.abntcatalogo.com.br/norma.aspx?ID=344730>. Acesso em: 01 fev. 2023.

ALMEIDA PRADO, Adriana Romeiro de. **A cidade e os idosos**: um estudo da questão de acessibilidade nos bairros Jardim de Abril e Jardim do Lago do município de São Paulo. 2003. Dissertação (Mestrado em Gerontologia) – PUC São Paulo, São Paulo, 2003.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 2019.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

TURISMO NA TERCEIRA IDADE: UMA ANÁLISE DE MERCADO
Denise de Mendonça Gomes, José Luiz Alves

BRASIL. **Decreto nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999**. Brasília: Presidência da República, 1999. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3298.htm. Acesso em: 03 fev. 2023.

BRASIL. **Lei 10.741 - 10.741/2003** (Estatuto do idoso) – Assegurar os direitos às pessoas com idade igual ou superior a 65 anos. Brasília: DF, 2003.

CATHO. **Como atender o público da terceira idade no Turismo**. São Paulo: Catho, 2013. Disponível em: <https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/columnistas/noticias/como-atender-o-publico-da-terceira-idade-no-turismo/>. Acessado em: 25 mar. 2023.

FROMMER, B. **Turismo e terceira idade**. São Paulo: Aleph, 2003.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico 2022**. Brasília: Censo, 2022. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/brasil/vencer-limites/pessoas-com-deficiencianocenso2022/#:~:text=Em%202021%2C%20a%20Pesquisa%20Nacional,pessoas%20com%20deficiência%20no%20País>. Acessado em: 23 jan. 2023.

LEAL, R. E. S. A Etnografia no Estudo do Turismo sob a Perspectiva Antropológica. *In: VII Seminário de ANPTUR*. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2010.

LIZ, E.; RUSCHMANN, D.; VERDINELLI, M. A. Turismo e Lazer para a terceira idade: perspectivas e desafios. *In: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, 8., 2011. Santa Catarina. **Anais eletrônicos** [...] Camboriú-Santa Catarina: Universidade do Vale do Itajaí. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/8/130.pdf>. Acesso em: 12 out. 2022.

MILHOMEM, Thiara L.; GOMES, Denise M.; TEIXEIRA, Ana K. S. G. Turismo e acessibilidade: Um passeio pela rua do Bom Jesus – Recife/PE. **RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar**, v. 4, n. 4, p. e443046, 2023. ISSN 2675-6218. Disponível em: <https://doi.org/10.47820/recima21.v4i4.3046>. Acesso em: 10 abr. 2023.

MORAES, Ricardo. **O papel do município em acessibilidade**. Brasília: Ministério da Justiça, 2001.

MTUR - MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo e Acessibilidade**: manual de orientações. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

PETROCCHI, Mário. **Gestão de polos turísticos**. 2. ed. São Paulo: Futura, 2001.

SOUZA, H. M. R.; JACOB FILHO, W. J.; SOUZA, R. R. **Turismo e qualidade de vida na terceira idade**. São Pulo: Manole, 2006.

TURISMO NO BRASIL. Segundo o WTTC, o Turismo no Brasil gerará mais de 1,8 milhão de novos empregos nos próximos anos. **Diário do Turismo**, 2022. Disponível em: <https://www.sindtur.org.br/post/segundo-o-wttc-o-turismo-no-brasil-gerará-mais-de-1-8-milhão-de-novos-empregos-nos-próximos-anos>. Acessado em: 30 mar. 2023.