

O turismo da terceira idade na cidade de balneário Camboriu, Santa Catarina, Brasil

Cícero Costa Cunha
Carla Carolina Pereira

Resumo

O presente artigo apresenta dados para maximizar o turismo que mais cresce a nível mundial, o turismo da terceira idade, indicando as carências e potencialidades do município de Balneário Camboriú/SC. O objetivo do presente estudo de caso constitui em descrever quais as estratégias utilizadas para o turismo da terceira idade na cidade de Balneário Camboriú/SC, conhecendo a infraestrutura do local, os aspectos sócio-econômicos e atividades de cultura e lazer. Os resultados permitiram a identificação de melhorias pertinentes à estrutura desta cidade para se tornar mais receptiva para o turista da terceira idade. Os resultados mostraram que o município de Balneário Camboriú - SC necessita adaptar-se ao público da terceira idade, trabalhando estratégias para atingir o público da melhor forma.

Palavras-chave: Turismo; Terceira Idade; Balneário Camboriú/SC.

Abstract

The information presented in this article aimed at maximizing the most rapidly growing tourism in the world, that of the third-age, exhibiting the weaknesses and possibilities of the Santa Catarina's Camboriu Beach. The objective of this case study was to describe the strategies used for this type of tourism within the grounds of the Camboriu Beach, exposing the local infrastructure, its socio-economic aspects, and cultural and leisure activities. The study identified the need of pertinent structural improvements so as to be more receptive to tourists of the third-age. The results showed that the municipality of Camboriu Beach ought to adapt to this public, which demands strategic transformations in order to offer them a quality-based service.

Keywords: Tourism; Third-age; Camboriu Beach/Santa Catarina.

1. Introdução

O turismo vem se desenvolvendo notoriamente nos últimos tempos, havendo interesse das pessoas pela cultura de outras localidades, seja do mesmo país ou não. O turismo consiste em uma atividade de deslocamento de uma pessoa para outro lugar de forma espontânea, para De la Torre (1992, p.19) é a "soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio temporário e voluntário por razões alheias a negócios ou profissionais".

Atualmente, o turismo cresce de forma acelerada nos locais que apresentam potencialidades para tal atividade. Como atividade de lazer, o turismo é um eficiente meio para difusão cultural e informacional sobre uma determinada localidade ou região, proporcionando direta e indiretamente, além do desenvolvimento turístico, o progresso econômico e social para as mesmas.

O desenvolvimento econômico é refletido em vários campos de atividade, destacando-se na produção, no emprego, no balanço de pagamentos, no setor público, nos preços, no câmbio, na distribuição de renda, na moeda e até nos termos relacionados à troca com os demais países.

Os impactos socioculturais das atividades turísticas são resultados dos contatos mantidos durante a estada dos visitantes, seja ele por meio de compras de um bem ou serviço do residente, na utilização/compartilhamento do mesmo espaço físico ou pela troca de informações e/ou idéias.

2. Cenário turístico

Balneário Camboriú é uma cidade que tem no turismo a sua principal fonte de renda. A partir da década de 50, o balneário cresceu de forma acentuada, emancipando-se em 1964. Com a inauguração da BR-101, no início da década de 70, a cidade cresceu de forma explosiva, tornando-se um centro de atração turística de influência nacional e internacional, passando a ser considerada a maior cidade turística de Santa Catarina e uma das maiores do Brasil.

Por se tratar de uma cidade praiana, o verão é a época considerada como a alta temporada, segundo dados da Secretaria de Turismo de Balneário Camboriú (SETURBC), onde o número populacional pode chegar à cerca de um milhão e quinhentos mil habitantes aumentando em média, dezesseis vezes. No restante do ano - baixa temporada - quando o número de turistas diminui drasticamente, várias lojas correm o risco de auferir queda no faturamento das empresas, bem como a venda de serviços turísticos, gerando desemprego para a população local, e conseqüentemente, perdas econômicas para a municipalidade.

Para Fromer (2003, p.67), a sazonalidade do turismo ou “a reduzida demanda de turistas nos períodos de baixa temporada implica, para inúmeras localidades, a queda da qualidade da oferta turística”.

Visando aplacar os efeitos da referida sazonalidade, Balneário Camboriú conta com uma infra-estrutura completa para receber os turistas de todas as idades, durante o ano todo, sendo considerada pelas pesquisas da Embratur (2005), o quinto destino turístico nacional e a cidade brasileira que mais recebe turistas proporcionalmente, por ano.

Para tanto, o município oferece uma gama de atrações e entretenimentos para todas as idades. Aos jovens, oferece a prática de esportes radicais - como vôo livre, surf e outros esportes aquáticos, além de contar com a melhor vida noturna do Estado de Santa Catarina, com muitas danceterias, bares com música ao vivo, shows e diversos eventos culturais e de lazer durante o ano todo. No que tange ao público da melhor idade, banhos de sol na praia central, canchas de bocha à beira-mar, a prática da caminhada ou uma boa leitura no calçadão da Avenida Atlântica, além de diversificadas opções gastronômicas e do belo artesanato local, são apenas alguns dos atrativos que o município tem a oferecer aos seus visitantes.

Santa Catarina, segundo dados da Secretaria de Estado (SANTUR), em 2006, recebeu cerca de 772.884 de turistas, sendo deste total de turistas 670.465 de origem nacional e 102.419 estrangeiros, gerando um faturamento de US\$ 208.929.375,55, deste total, US\$ 171.319.065,13 foi o total gasto pelos turistas brasileiros e US\$

37.610.310,42 pelos turista estrangeiros . O gasto médio por turista nacional é de US\$ 25,05 e do turista estrangeiro de US\$ 34,48, para uma permanência média de 10,26 dias.

Como se pode observar, o município de Balneário Camboriú apresenta um grande potencial para o turismo da Terceira Idade, principalmente durante a baixa temporada, por ser um período em que os custos são reduzidos devido ao menor fluxo de turistas. Ademais, nessa época a cidade está mais tranqüila, tornando-se mais agradável para esse público.

2.1. Localização



Figura 1 - Mapa de Santa Catarina e o Balneário Camboriú.

Fonte: <<http://www.camboriu.sc.gov.br>>. Acesso em: 04 nov 2005

O município de Balneário Camboriú, localizado no Vale do Itajaí a leste Santa Catarina, distante 80 quilômetros da capital do Estado tem como limites os municípios de Itapema (S), Camboriú (O) e Itajaí (N), Oceano Atlântico (L), conforme mapa abaixo.

No referente às distâncias, entre Balneário Camboriú em relação às cidades vizinhas e as com maior demanda de turistas a esta cidade, pode-se observar através da tabela abaixo, no qual apresenta essa distância em quilômetros.

LOCALIDADE	DISTÂNCIA	LOCALIDADE	DISTANCIA
Camboriú	3 Km	Porto Alegre	560 Km
Itapema	10 Km	São Paulo	625 Km
Itajaí	12 Km	Rio de Janeiro	1.066 Km
Navegantes	17 Km	Campo Grande	1.201 Km
Porto Belo	28 Km	Belo Horizonte	1.216 Km
Penha	30 Km	Brasília	1.637 Km
Bombinhas	35 Km	Cuiabá	1.998 Km
Brusque	45 Km	Assunção	1.256 Km
Blumenau	62 Km	Montevideú	1.456 Km
Florianópolis	80 Km	Buenos Aires	2.200 Km
Curitiba	220 Km	Santiago	3.883 Km

Quadro 1 - Localidade e distancia de cidades de Camboriú.

Conforme dados da SETURBC os principais estados emissores de turistas para a cidade são os Paranaenses com 38,56%, os Gaúchos com 17,01%, os próprios Catarinenses com 17,30%, os Paulistas com 15,84% e os Mato-grossenses com 3,23%. Em relação os estrangeiros, a Argentina é responsável por 57,02% dos turistas, seguida pelo Paraguai com 29,75%, o Chile com 8,26% e o Uruguai, com 1,65%.

Observando os dados fornecidos pelo SETURBC, conclui-se que Balneário Camboriú tem como principais turistas, aqueles vindos de outros países, isto é, turistas argentinos, seguindo dos estados

vizinhos a Santa Catarina, estado este que abriga a cidade em questão.

2.2. Turismo da terceira idade

A expectativa de vida da população brasileira cresceu de 65 para 75 anos de idade. O terceiro segmento do turismo social é o turismo da Terceira Idade, também chamada de Melhor Idade, que tem seu início após os 50 anos.

Conforme aponta o censo 2000, a população brasileira conta aproximadamente 170 milhões de habitantes, segundo estimativa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Desses, 14,5 milhões (8,6%) se encontram com 60 anos ou mais, sendo que análises demográficas têm apontado para um envelhecimento da população mundial e existem projeções apontando que em 2050 o Brasil vai contar 23% de idosos (ONU 1999). Na tabela de número 2, elaborada conforme dados do IBGE (2001), pode-se observar a residência da população por faixa etária, apontando a participação destas pessoas do Estado de Santa Catarina na população.

Especificação	População total	Pessoas com 60 anos ou mais de idade				
		Total absoluto	Grupos de idade (%)			
			Total relativo	60 a 69	70 a 79	80 ou mais
Brasil (1)	160.336.471					
Região Sul (2)	24.514.219	14.512.803	9,1	5,2	2,7	1,1
Santa Catarina	5.114.846	2.179.495	8,9	5,3	2,6	1,0
		396.080	7,7	4,8	2,3	0,6

Quadro 2: Brasil, Região Sul, Estado de Santa Catarina - 1999: quantidade e percentual de pessoas residentes com 60 anos ou mais de idade em relação à população total.

Fonte: Síntese de indicadores sociais 2000. Rio de Janeiro, IBGE, 2001.

(1) Exclusiva a população rural de Rondônia, Acre, Amazonas, Roraima, Pará e Amapá.

(2) Composta pelos Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Conforme Bahl (2003, p. 97):

a velhice ainda é definida quase exclusivamente pela idade cronológica, não sendo vista como um processo gradual em que a dimensão histórica e social e a biografia individual assumem significativa importância. (...) cabe a sociedade redefinir social e culturalmente o significado da velhice, onde o velho útil e feliz não seja apenas um mito, surgindo a imperiosa necessidade de busca de elementos que qualifiquem os anos estendidos.

O que antes era considerado uma etapa desinteressante da vida, hoje não é mais vista dessa forma. Segundo Moletta (2000, p. 8), "as atuais pesquisas comprovam que o processo natural de envelhecimento não é um fator impeditivo para a maioria das atividades cotidianas de um adulto de qualquer idade", muito pelo contrário, é a fase propícia para desfrutar o que há de melhor: os amigos, as compras, o conhecimento através da cultura dos povos, entre outros fatores que façam com que este turista, já com vida financeira estável, aproveitem da melhor forma tudo o que o turismo lhe oferece.

Conforme descreve a Carta de Recife sobre turismo para a Terceira Idade, adotada por aclamação no encerramento da Segunda Conferência Internacional sobre Turismo para Terceira Idade de 1996, as garantias e produtos/serviços ofertados a estes deverão possibilitar:

- A interação com a população e com os lugares visitados;
- As atividades de espetáculos e de ar livre;
- As instalações para atividades sociais;
- As experiências educativas e culturais;
- A dimensão e o ritmo adequados das atividades turísticas.

Com o desenvolvimento desse mercado, os profissionais de marketing devem estar diretamente atentos a um novo perfil de turista. Para Ruschmann (2000, p. 38), "as decisões do marketing

turístico e qualquer política mercadológica estará fadada ao malogro se não estiver embasada em seu conhecimento profundo”, ou seja, os profissionais de marketing devem estar bem informados sobre este novo nicho de mercado que está surgindo com grande força no Brasil.

Mas para alcançar esse objetivo, o profissional de marketing turístico deve ter um bom planejamento, que para Barreto (2001, p. 13), “requer uma profunda pesquisa social”. É através de uma boa pesquisa que o profissional vai ficar sabendo dos gostos e preferências do turista da terceira idade e de suas necessidades, quanto ao local e equipamentos necessários. Para o referido autor, os fatores que levam ao sucesso da oferta turística são os atrativos, os equipamentos e os serviços dispensados.

No que tange aos motivos para o turismo, esses podem ser muito diferentes uns dos outros. No referente à terceira idade, Moletta (2000, p. 10) considera como principais o Turismo de Saúde; o Turismo Cultural; o Turismo de Eventos; o Turismo Religioso e o Turismo Natureza.

Montejano (2001, p. 60), afirma que os serviços e atividades para a terceira idade implicam em: estadas a preços econômicos em hospedagens turísticas em baixa temporada ou em hospedagens especiais; organização de viagens realizadas por agências de viagens especializadas com subvenção e ajudas públicas, e; visitas culturais e atividades de tempo livre: concursos, exposições, cursos, bailes, atividades esportivas, etc.

O turismo da Terceira Idade tem sido uma excelente opção, agindo, conforme Bacal (2003, p. 77), como “instrumentos capazes de minimizar os efeitos da defasagem entre o volume dos fluxos turísticos nas altas e baixas estações”. Esse tipo de turismo parece ser uma alternativa viável para se tentar amenizar o problema da sazonalidade.

Adotando os programas para municípios, instrumentos estes valiosos para o desenvolvimento turístico municipal, muitos desenvolvem o turismo para a Terceira Idade, denominado, Programa Clube da Melhor Idade. Estes clubes, que são sociedades civis, jurídicas, sem fins lucrativos, que trabalham como Centros de Convivência, onde o

interessado a associar-se deverá procurar o órgão responsável pelo turismo de sua cidade. Segundo a EMBRATUR, o objetivo geral deste programa, é otimizar a baixa temporada, visto estes turistas serem aposentados, e a época do ano não influenciar no seu deslocamento.

3. Análise de resultados

Para a coleta de dados, foi executada uma pesquisa exploratória composta por um questionário com dez perguntas, todas elas fechadas e dicotômicas. As entrevistas foram realizadas pelos próprios pesquisadores que utilizaram a calculadora HP-12C, através da função porcentagem total, para tabular os dados descritos a seguir.

Dentre os dados coletados na alta temporada do ano de 2006, obtidos a partir de questionário estruturado para medir o grau de satisfação dos turistas da terceira idade e a infra-estrutura da cidade de Balneário Camboriú, através de questões fechadas e dicotômicas a pesquisa ainda aponta qual o esporte radical que este turista gostaria de praticar, qual o fator que mais atrai à cidade e qual a melhor época para desfrutar o local em questão.

Para a realização da pesquisa foram entrevistados 95 pessoas todas elas com mais de 50 anos de idade e provenientes de vários lugares do Brasil, todos os entrevistados estavam de férias na cidade. O tempo médio para a realização da pesquisa foi de aproximadamente de 25 dias.

O nível de confiabilidade da amostra é de 90%, com erro amostral de 8,5% para mais ou para menos, sendo apresentado em forma de valores percentuais.

Segundo os dados coletados referente ao grau de satisfação dos turistas da terceira idade a grande maioria com 68,97% respondeu que a cidade esta pronta para receber o turista da terceira idade, já 31,03% respondeu que a cidade não esta pronta para recebê-los. Os entrevistados apresentaram algumas reclamações a respeito da falta de caixas eletrônicos, falta de policiamento, falta de banheiros públicos, dificuldade de caminhar nas calçadas no verão, preços

elevados na alta temporada, falta de eventos direcionados a este público e a quase inexistência de rampas de acesso nas calçadas.

Quanto à infra-estrutura 73% dos consultados respondeu que estão satisfeitos citando a grande variedade de restaurantes e as várias opções que a vida noturna oferece como ponto positivo da cidade, os 27% restantes que se dizem insatisfeitos, destacam como o maior problema os altos preços cobrados pelos estabelecimentos.

Quando o assunto do questionário referia-se a esportes radicais, 83,70% dos entrevistados responderam que preferem não praticar quaisquer atividades e, 16,30% respondeu que gostariam de praticar. Dentre os esportes mais citados pode-se destacar o surf e o mergulho, que tem a sua resposta justificada pela ótima localização de Balneário Camboriú que proporciona uma grande variedade de praias para a prática desses esportes.

Entre os fatores que mais atraem os turistas para a cidade estão as suas praias com 49,18% de preferência e, os demais 15,57% destacou os restaurantes que oferecem diversas opções.

O turista da terceira idade prefere passar as suas férias em Balneário Camboriú no período de baixa temporada, e isto fica comprovado com a resposta dos 79,22% dos entrevistados. 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 ser um ponto de encontro desta geração.

Com maior disponibilidade de tempo, os turistas da terceira idade podem ter seus programas organizados para as épocas de baixa temporada, quando os preços são mais acessíveis, garantido a satisfação para os viajantes, com pacotes turísticos bem mais baratos e para a cidade de Balneário Camboriú que manterá um número constante de turistas no decorrer do ano.

4. Conclusões

O envelhecimento demográfico é inquestionável e irreversível. Portanto, não é aceitável considerara velhice apenas sob o ponto de

vista do sistema produtivo e sim como um fenômeno que envolve diversas dimensões.

O objetivo maior dos pesquisadores foi o de conhecer um pouco mais acerca dos idosos que frequentam Balneário Camboriú, suas necessidades e expectativas, assim como estabelecer potencialidades e deficiências do município, com vista a um melhor aproveitamento desse importante segmento do turismo mundial, que é o turismo da melhor idade. Os dados coletados baseiam-se em uma pesquisa exploratória, documental, bibliográfica e qualitativa.

A pesquisa exploratória foi realizada através de conversas e observações realizada com pessoas da terceira idade. Quanto à pesquisa documental, foi captado dados junto a Secretaria de Turismo de Balneário Camboriú, como fluxo de turistas, regiões e países emissores, esse material foi todo filtrado e analisado, para a coleta de dados significativos.

A pesquisa bibliográfica deu suporte teórico e a pesquisa de campo trouxe dados referentes do município, e dos turistas da terceira idade.

Aos dados coletados foi feita uma análise qualitativa que para Deslandes (1999, p. 21), “trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”.

De acordo com os dados elencados e levando-se em conta a importância da atividade turística a nível mundial - para Barretto (2001, p. 72):

o turismo tem efeitos econômicos diretos e indiretos na economia de um país. Os efeitos diretos são os resultados da despesa realizada pelos turistas dentro dos próprios equipamentos turísticos e de apoio, pelos quais o turista pagou diretamente alguma coisa. Os efeitos indiretos do turismo são resultantes da despesa efetuada pelos equipamentos e prestadores de serviço turístico na compra de bens e serviços de outro tipo.

Segundo Fromer (2003, p. 36), os idosos “indivíduos de 60 a 75 anos se encontram no centro de um triângulo mágico: dispõem de tempo, de dinheiro e de saúde”, é de fundamental importância que os administradores de turismo saibam como utilizar esse novo e próspero segmento, em prol do desenvolvimento e do progresso do município de Balneário Camboriú.

5. Referências

- Bacal, S. (2003). *Lazer e o universo dos possíveis*. São Paulo: Aleph.
- Bahl, M. (2003). *Mercado turístico: áreas de atuação*. São Paulo: Roca.
- Barreto, M. (2001). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. 10. ed. Campinas: Papirus.
- Beni, M.C. (2003). *Análise estrutural do turismo*. 6. ed. São Paulo: SENAC.
- Brasil. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2001). *Censo demográfico 2006: resultados do universo*. Rio de Janeiro.
- Brasil. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2006). *Síntese de indicadores sociais*. Rio de Janeiro.
- De La Torre, O. (1992). *El turismo, fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Deslandes, S.F. (1999). *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. 11. ed. Petropolis: Vozes.
- EMBRATUR. Programas. Disponível em:
<<http://www.embratur.gov.br>>. Acesso em: 12 de agosto. 2006.
- Fromer, B. (2003). *Coleção ABC do turismo: turismo e terceira idade*. São Paulo: Aleph.
- Gil, A.C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- Moletta, V.F., Goidanich, K.L. (2000). *Turismo para a terceira idade*. Porto Alegre: SEBRAE.
- Montejano, J. M. (2001). *Estrutura do mercado turístico*. 2. ed. São Paulo: Roca.

Ruschmann, D. (2000). *Marketing turístico: um enfoque promocional*. 2. ed. Campinas: Papirus.

Sobre los autores

Cícero es graduado en Administración por la Universidad do Vale de Itajaí (UNIVALI), Estado de Santa Catarina. Es especialista en Gestión Estratégica de Negocios adquirida en la Universidad Regional de Blumenau (FURB), del mismo Estado. Actualmente cursa la Maestría en Gestión de Empresas en la Universidad Autónoma de Asunción, UAA.

E-mail: cicero.cc@gmail.com

Carla Carolina Pereira é bibliotecária do Sinergia Sistema de Ensino, Graduada pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Especialista em Gestão de Arquivos Públicos e Empresariais pela UFSC.

E-mail: biblioteca@sinergia.edu.br