

TOMADA DE DECISÃO DO CONSUMIDOR IDOSO NA COMPRA DE SERVIÇO DE TURISMO

Autor: Luciana Merçon

Banca examinadora: Pres.: Prof. Dr. Marco Aurélio Carino Bouzada (presidente e orientador); Prof. Dr. José Geraldo Pereira Barbosa; Prof. Dr. Joaquim Rubens Fontes Filho (FGV/RJ)

RESUMO

Esta dissertação tratou da tomada de decisão do consumidor idoso na compra de serviços de turismo. Seus principais objetivos foram identificar quais as variáveis que mais influenciam a tomada de decisão da terceira idade na compra de serviços de turismo e identificar o fator que em relação às variáveis demográficas (gênero, faixa etária, renda e escolaridade) mais influencia a tomada de decisão da terceira idade na compra de serviços de turismo. Para isso, foram realizados diversos estudos e pesquisa de campo com os associados da terceira idade da Associação dos Aposentados e Pensionistas de Volta Redonda (AAP-VR), situada no Médio Paraíba, em Volta Redonda – RJ. No decorrer do estudo, surgiram algumas hipóteses que contribuíram para o desenvolvimento da pesquisa. Os dados coletados para este estudo foram relevantes, com fundamentação teórica acerca dos temas sobre tomada de decisão, satisfação/lealdade, confiança, envolvimento social, lazer/turismo e terceira idade, que são bem amplos, principalmente quando se referem ao público da terceira idade. A pesquisa em questão caracterizou-se por uma abordagem quantitativa, porque teve a existência de uma realidade externa e aplicação de métodos quantitativos sobre as informações obtidas na pesquisa de campo. A partir deste universo foi extraída uma amostra de 100 pesquisas e os dados foram tratados através da utilização da análise fatorial confirmatória e exploratória, da regressão linear múltipla e com o emprego do software estatístico SPSS 15.0. Os resultados obtidos com a análise fatorial exploratória foram de 8 (oito) fatores gerados na tabela Total de Variação Explicada, explicando mais de 75% da variância. Através dos resultados obtidos, foi possível analisar, entender e identificar uma estrutura de relacionamento entre esses fatores e os dados originais e classificá-los como: Recompensa do investimento em dinheiro, tempo e amigos; bem-estar em grupo; conforto do transporte; satisfação em viajar; o bem-estar

de viajar em companhia; confiança na qualidade do serviço prestado; serviço / custo e disponibilidade de tempo para viajar. Em seguida, foram realizadas as regressões para tentar explicar o comportamento entre as variáveis/fatores. Os resultados que mais se destacaram, foram:

- As variáveis Gênero e Escolaridade foram as que mais influenciaram a tomada de decisão da terceira idade na compra de serviços de turismo; •

Através da variável Gênero, observou-se, que as mulheres viajam com mais frequência que os homens;

- A variável Escolaridade destacou a frequência em viagens na terceira idade: nível escolar de 2º grau (completo ou incompleto) são os que mais viajam, em segundo lugar os de nível 3º grau e em terceiro lugar, os analfabetos.

Este trabalho procurou introduzir o tema, contextualizar o problema, apresentar as principais questões envolvidas e as características do estudo.