

Turismo para mais velhos cresce, mas exige adaptação em modelo de viagem

Empresários precisam investir em acessibilidade e dinâmicas que favoreçam convívio em grupo

Debora Melo

SÃO PAULO Viajar traz diversos benefícios, e o brasileiro maduro sabe disso. De olho nesse público, que só vai crescer nos próximos anos, empresários e agências têm se especializado em atender turistas com mais de 60 anos.

Criada em 1992 com a proposta de ser uma agência para jovens, interessados em excursões de formatura, por exemplo, a Pastore Turismo mudou de rota e desde 2008 atende exclusivamente a pessoas mais velhas, oferecendo pacotes de viagens em grupo.

“É um público bem diferente. São clientes muito mais fiéis, mas bem mais exigentes também”, afirma Rodrigo Pastore, 26, diretor da agência.

A experiência tem dado certo. Fundada por Maurício Pastore, pai de Rodrigo, a agência e operadora localizada em São Paulo conta atualmente com uma equipe fixa de cinco pessoas, e o próximo plano é expandir o negócio para transformar-lo em uma franquia.

“Ainda são poucas as empresas que exploram esse segmento, é uma coisa que falta no mercado. A previsão é que a gente tenha tudo pronto [modelo de franquia] ainda neste ano”, conta o diretor.

Uma característica dos serviços de turismo voltados para quem tem mais de 60 anos é a flexibilidade, uma vez que grande parte já conseguiu se aposentar e tem a opção de viajar na baixa temporada.

Isso é bom para o turista, que encontra preços mais atrativos, e é bom para o empresário, que reduz a ociosidade nos períodos de baixa.

Entre os pacotes mais procurados pelo turista maduro estão os de Portugal e Itália, no caso das viagens internacionais, e a chamada Rota das Emoções, no Nordeste bra-



Maurício Pastore, 55, fundador da Pastore Turismo, de SP, em viagem para Curitiba e Morretes

Keiny Andrade - 10.fev.22/Folhapress

“

Se você é um empreendedor e quer atrair clientes mais velhos para o seu negócio, investir em acessibilidade é algo que vai te ajudar. O Brasil ainda tem muito a avançar

Vagner Sérgio Custódio
coordenador do curso
de turismo da Unesp

sileiro, que vai de Jericoacoara (CE) aos Lençóis Maranhenses, passando pelo Delta do Parnaíba (PI), um passeio que oferece uma certa dose de adrenalina.

Também fazem sucesso destinos no Sul, como Gramado (RS), e estâncias hidrominerais como Águas de Lindoia (SP), além de resorts e cruzeiros marítimos.

Na avaliação do professor Vagner Sérgio Custódio, coordenador do curso de turismo da Unesp (Universidade Estadual Paulista), há espaço para o segmento crescer no país, mas investir em acessibilidade é fundamental.

“Se você é um empreendedor e quer atrair clientes da melhor idade para o seu negócio, investir em acessibilidade

é algo que vai te ajudar. O Brasil ainda tem muito a avançar”, afirma. “Acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida ou com deficiência, em hotéis e atrativos turísticos, é um problema e um desafio a ser encarado.”

Há destinos mais bem preparados para receber esse público. Socorro (SP), famosa pelas belezas naturais e atividades de aventura, é referência internacional em turismo acessível. “Em Foz do Iguaçu isso também melhorou bastante”, acrescenta Custódio.

Foi a proximidade com os idosos da própria família e o desejo de proporcionar mais qualidade de vida ao pai que fez despertar na empresária Eva Pellegrino, 64, de Salvador, o interesse em estudar

gerontologia. Durante o curso, Eva desenvolveu um trabalho em uma agência de turismo focada nesse público, a Interativa Viagens, que depois acabou comprando.

“Meu pai tinha 93 anos e eu percebia que o que o deixava feliz eram os passeios e as viagens, ele ficava eufórico. Uma viagem enriquece demais a vida, sair de casa, conhecer gente, se divertir. É isso que faz com que eles possam viver mais e melhor”, afirma Eva, que assumiu a agência há 22 anos e tem seis funcionários.

A especialização em gerontologia, ela diz, lhe deu ferramentas para interpretar certos sinais. “O passageiro idoso não é um cliente comum, cada um precisa de uma atenção especial às suas necessi-

dades. Se ele está aéreo, por exemplo, pode ser que não esteja ouvindo bem. A gente precisa captar essas mensagens.”

Ana Clévia Guerreiro, analista de competitividade do Sebrae, lembra que, em se tratando de um público que geralmente prefere viajar em grupo, agências de turismo que atuam nesse mercado devem oferecer serviços que estimulem a interação.

“É preciso proporcionar atividades que possam fortalecer os laços das pessoas que estão viajando juntas. E o empreendedor deve ter em mente que a segurança é um dos componentes essenciais de uma experiência incrível!”

A analista também aponta a necessidade de investimentos em acessibilidade. “Isso tem de estar claro para todos. Se a população envelhece, o país, os negócios e os espaços públicos demandam outro design. E quem oferece serviço turístico precisa se adaptar.”

Localizada em São Paulo, a operadora Cinthe Tur trabalha com todos os públicos, mas possui um departamento específico para atender turistas maduros interessados em viagens de grupo. A empresa foi criada em 2000 por Thereza Quedas, hoje com 77 anos, que já tinha experiência com excursões beneficentes e convidou a filha, Cintia Paoleschi, para se juntar ao negócio.

Especializada também em roteiros religiosos — como Israel, Itália e Fátima, em Portugal —, a agência viu a demanda crescer nos últimos anos, mas precisou demitir no período mais crítico da pandemia.

“Nós tínhamos 12 funcionários, agora estamos com cinco. Mas a gente espera voltar a crescer neste ano para poder aumentar a equipe e contratar de novo essas pessoas”, afirma Thereza.

Presidente interina da Abav (Associação Brasileira de Agências de Viagens), Ana Carolina Medeiros lembra que o turismo foi um dos setores mais prejudicados pela pandemia de Covid-19, mas diz que o avanço da vacinação trouxe esperança aos empresários. “As pessoas se sentem mais seguras para voltar a viajar, então a expectativa para 2022 é boa, a gente consegue ver luz no fim do túnel!”