



Mestrado em Gestão de Organizações de Economia Social

A Satisfação dos Clientes Seniores das Organizações de Economia Social: O Papel da Participação em Programas de Turismo Social

Eva dos Santos Martins Barbosa Mendonça

Orientadora: Professora Doutora Susana Leal

Coorientadora: Professora Doutora Sandra Oliveira

Escola Superior de Gestão e Tecnologia de Santarém

Instituto Politécnico de Santarém

Santarém, 2020

Financiamento:

Esta dissertação obteve financiamento da FCT/Alentejo2020 no âmbito do Projeto VOLTO JÁ: PROGRAMA DE INTERCÂMBIO SÉNIOR (ALT20-03-0145-FEDER-024111).

À Maria Fernanda Santos dos Reis

Agradecimentos

A elaboração desta dissertação de mestrado implicou esforço e sacrifício não só da minha parte, mas de um conjunto de pessoas a quem eu ficarei para sempre grata.

A primeira palavra de reconhecimento dirijo às Professoras Doutoras Susana Leal e Sandra Oliveira, pela orientação, apoio, motivação e contribuição neste empreendimento, sem as quais não teria alcançado o resultado a que me propus. Deixo também uma palavra de agradecimento à Professora Doutora Carla Vivas pelo apoio dado neste trabalho.

Agradeço ao Coordenador de Mestrado, Professor Doutor Nuno Jorge, e ao Subcoordenador de Mestrado, Professor Doutor Pedro Oliveira pela disponibilidade e motivação para levar esta dissertação a bom porto.

A toda a Equipa do Projeto Volto Já, o meu mais sincero agradecimento e reconhecimento pela oportunidade de envolvimento numa experiência que acompanhar-me-á para o resto da vida, assim como por todo o apoio na execução deste trabalho.

À minha família pelo papel preponderante que tiveram na conclusão desta dissertação, com especial carinho pela dedicação incansável da minha mãe, Soraya, do meu namorado, Francisco, e da minha irmã Cláudia – espero um dia tornar-me a pessoa que merecem ter ao vosso lado.

Agradeço, ainda, à família de coração que lutou comigo para o sucesso desta etapa da minha vida: Ana Castelo, Rita Narciso, João Narciso e Paulo Narciso, muito obrigada por tudo.

Aos participantes do Projeto Volto Já e às Organizações de Economia Social envolvidas neste estudo, o meu mais sincero obrigada, esperando por um reencontro breve.

A todos quantos contribuíram para esta dissertação, mas não foram aqui nomeados, um franco agradecimento.

Resumo

A presente investigação pretende explorar o valor percebido pelos seniores relativamente à sua participação em programas de turismo social e a relação existente entre esta experiência e a sua satisfação enquanto clientes de respostas sociais de Organizações de Economia Social.

Para alcançar os objetivos recorreu-se ao Projeto Volto Já como a principal fonte de informação, uma vez que implementa um modelo de negócio social através de uma parceria entre Organizações de Economia Social, promovendo um programa de intercâmbio sénior entre estas.

O estudo segue uma metodologia qualitativa pela recolha e análise de conteúdo de entrevistas semiestruturadas. A amostra é composta por 23 seniores (14 senhoras, 9 senhores e idade média de 79 anos). Estes seniores participaram nas atividades de turismo social desenvolvidas pelo Projeto Volto Já. A entrevista foca tanto a sua satisfação enquanto clientes de Organizações de Economia Social, quanto a participação no programa de turismo social.

No geral, os resultados demonstram um aumento de satisfação com a organização e satisfação com a experiência de turismo sénior, sendo que o fator que mais condicionou as suas perceções foram as relações e laços criados durante o intercâmbio.

As perceções individuais dos entrevistados permitiram o surgimento de tópicos e fatores não programados, enriquecendo o trabalho e disponibilizando informação como uma mais-valia para futuras investigações.

Palavras-chave: satisfação de clientes seniores; gestão; metodologia qualitativa; turismo social sénior; Projeto Volto Já

Abstract

This research intends to capture the perceived value by the elderlies through the participation in social tourism programs, and the link between the social tourism experience and their satisfaction as customers of social welfare services.

To accomplish our proposal we used the Volto Já project as the main source of information since it's a research project that implements a social business model through a network of Social Economy institutions and promotes a senior exchange program between these institutions.

The study follows a qualitative design with data collected by semi-structured interviews and analyzed with content analysis procedures. The sample is composed by 23 elders (14 females, 9 males, average age of 79). These elders were part of the Volto Já Project social tourism experiences. The interview focuses both on their satisfaction as clients of Social Economy Organizations and as participants of the social tourism experience.

Results show satisfaction increased with both organization and the social tourism experience, especially because of interactions and bonds created during the exchange.

Their very own perception brings not programed topics for this evaluation, enriching our work and enabling its use as a plus in future research.

Keywords: elderly customers satisfaction; management; qualitative methodology; social tourism; Volto Já project

Índice

Dedicatória	iv
Agradecimentos	v
Resumo	vi
Abstract	vii
Índice	viii
Índice de Figuras	x
Índice de Tabelas	xi
1. Introdução.....	13
2. Economia Social.....	16
2.1. Economia Social em Portugal	16
2.2. Respostas Sociais para os Seniores em Portugal	19
3. Satisfação de Clientes.....	23
3.1. Satisfação de Clientes com Serviços	23
3.2. Determinantes da Satisfação de Clientes com Serviços	25
3.3. Satisfação de Clientes em Respostas Sociais para Seniores	28
4. Turismo Social Sénior	31
4.1. Turismo Social.....	31
4.2. Turismo Sénior.....	31
4.3. Benefícios da Participação em Programas de Turismo Social Sénior	32
5. Qualidade de Vida do Sénior.....	35
6. Projeto Volta Já – Programa de Intercâmbio Sénior	37
7. Metodologia.....	39
7.1. Tipo de Estudo	39
7.2. Instrumento de Recolha de Dados.....	39
7.3. Procedimentos	40
7.4. Amostra.....	41

7.5.	Plano de Análise de Conteúdo	42
7.5.1	Categorização da Análise de Conteúdo	42
7.5.2	Unidade de codificação.....	43
8.	Apresentação e Discussão dos Resultados.....	44
8.1	Apreciação e perceção de satisfação dos clientes seniores com a OES e respetivos serviços	44
8.2	Perceção de satisfação com a saúde do cliente sénior e perceção de qualidade de vida pós-institucionalização	60
8.3	Contexto histórico individual de participação em experiências turísticas do cliente sénior	63
8.4	Impacto das experiências turísticas na qualidade de vida do cliente sénior....	66
8.5	Apreciação da participação em programa de turismo social – o caso do Projeto Volto Já	70
8.6	Papel da participação dos seniores em atividades de turismo social na satisfação com a OES	83
9.	Conclusão	87
	Bibliografia	90
	Anexos	98
	Anexo 1: Consentimento informado para participação na Investigação e proteção de dados pessoais.....	99
	Anexo 2: Entrevista.....	100
	a) Caracterização Sociodemográfica	100
	b) Guião de Entrevista	100

Índice de Figuras

Figura 1- Distribuição das entidades proprietárias, segundo a natureza jurídica, Continente – 2018.....	18
---	----

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Distribuição territorial e natureza jurídica das entidades proprietárias, por NUTS II – 2018.....	19
Tabela 2 - Distribuição percentual das Respostas Sociais por População-alvo, Continente, 2018	19
Tabela 3 - Apreciação global da OES	45
Tabela 4 - Perceção de satisfação com a OES	46
Tabela 5 - Apreciação da limpeza e arrumação dos espaços da OES	49
Tabela 6 - Perceção de conforto das instalações da OES.....	50
Tabela 7 - Perceção de satisfação com o desempenho dos colaboradores na prestação dos serviços da OES	51
Tabela 8 – Apreciação das refeições na OES.....	52
Tabela 9 - Apreciação dos cuidados de higiene e imagem prestados pela OES	53
Tabela 10 - Apreciação do apoio e cuidados de saúde prestados pela OES	55
Tabela 11 - Perceção de Satisfação com o apoio às Atividades de Vida Diária da OES.....	56
Tabela 12 - Frequência de participação em atividades de animação da OES	57
Tabela 13 - Perceção de satisfação com as atividades de animação da OES.....	58
Tabela 14 - Perceção de satisfação com a saúde.....	60
Tabela 15 - Qualidade de vida pós-institucionalização.....	61
Tabela 16- Experiências turísticas anteriores à integração na OES	63
Tabela 17 - Experiências turísticas anteriores à integração na OES	64
Tabela 18 - Perceção de impacto das experiências turísticas na qualidade de vida.....	66
Tabela 19 - Papel de uma maior incidência das experiências turísticas na qualidade de vida.	68
Tabela 20 - Apreciação dos colaboradores da OES-parceira durante o intercâmbio sénior	70
Tabela 21 - Apreciação dos colaboradores da OES durante o intercâmbio sénior	71
Tabela 22 - Integração com os restantes participantes do intercâmbio sénior	73
Tabela 23 - Convívio com os participantes do intercâmbio sénior	73
Tabela 24 - Apreciação do alojamento durante o intercâmbio sénior.....	75
Tabela 25 - Apreciação do transporte durante o intercâmbio sénior.....	76
Tabela 26 - Apreciação das refeições durante o intercâmbio sénior.....	78
Tabela 27 - Apreciação global com o programa de atividades realizado no intercâmbio sénior	79

Tabela 28 - Percepção de satisfação com o programa de atividades realizado no intercâmbio sénior	80
Tabela 29 - Repetição do programa de intercâmbio sénior.....	81
Tabela 30- Recomendação do programa de intercâmbio sénior	82
Tabela 31 - Apreciação da OES pela participação em experiências turísticas.....	83
Tabela 32 - Influência da participação no intercâmbio sénior na satisfação com a OES.....	84

1. Introdução

De acordo com o Instituto Nacional de Estatística (2017), é estimado que em 2080 o índice de envelhecimento duplique de 147 para 317 pessoas idosas por cada 100 jovens. As principais causas pautam-se pelo decréscimo da população jovem e consequente aumento da população sénior. Neste contexto, o Instituto da Segurança Social tem vindo a implementar um conjunto abrangente de respostas sociais focado nas necessidades (fisioterapia, psicologia, cabeleireiro, entre outros exemplos) dos seniores. Contudo, a maioria destas respostas são pouco personalizadas/customizadas – não atendem às preferências e interesses dos seniores (GEP/MTSSS, 2019).

A diversidade crescente de serviços nas respostas sociais para pessoas idosas, a satisfação dos seus clientes face a serviços sociais e a cuidados de saúde prestados tem ganhado um papel de relevo (Kleinsorge & Koenig, 1991). De facto, a análise e medida da satisfação de clientes com serviços sociais tem vindo a surgir como uma prática recorrentemente utilizada, até para avaliação e monitorização do desempenho e do desenvolvimento dos serviços (Willis et al., 2016).

A prestação de serviços implica um processo interativo com alguma complexidade, uma vez que a interação pressupõe o contacto entre o cliente e os colaboradores, a estrutura física e, ainda, outros elementos tangíveis e intangíveis como o preço do serviço (Yelkur, 2000). A satisfação de clientes com os serviços prestados pode influenciar a qualidade de vida dos indivíduos e, conseqüentemente, os resultados pessoais e profissionais dos elementos da sociedade (Freitas, 2015).

Atualmente, apesar da satisfação de clientes com os serviços ser um constructo com uma definição ainda em estudo, existem evidências dos fatores que atuam como determinantes para o seu alcance, às quais as empresas ou Organizações de Economia Social prestadoras de serviços devem atender (Instituto da Segurança Social, 2007b, 2010b, 2010d; Tinoco & Ribeiro, 2007).

Em Portugal, a oferta de turismo social é reduzida. A principal oferta nesta área é da Fundação INATEL (Eusébio et al., 2017; Moita et al., 2019). Porém, existe um leque alargado de indivíduos que pelo seu estado de saúde, condições socioeconómicas, ou simplesmente porque estão institucionalizados em respostas sociais, não beneficiam de tais oportunidades. Através do turismo social, as instituições de economia social têm a oportunidade de oferecer um serviço diferenciado que, entre outros aspetos, pode contribuir para mais elevados níveis de satisfação dos seus clientes.

O turismo social enquadra-se no âmbito das atividades ocupacionais e de desenvolvimento pessoal das instituições sociais (Instituto da Segurança Social, 2007a), podendo contribuir para um impacto positivo nos clientes seniores através de (Morgan et al., 2015): 1) aumento de bem-estar; 2) melhoria da autoestima e 3) níveis de confiança mais elevados. Estudos mais recentes demonstram, ainda, que a satisfação e a lealdade são dois fatores importantes relacionados com os benefícios obtidos pelos seniores aquando da participação em programas de turismo social (Eusébio et al., 2017).

Partindo do pressuposto que o turismo social sénior poderá ser uma atividade incluída nos serviços prestados pelas Organizações de Economia Social, com impacto não só na qualidade de vida, mas também na satisfação dos clientes seniores destas organizações, surge a questão de investigação: *Qual o papel da participação em programas de turismo social na satisfação dos clientes seniores de OES?*

Para a prossecução do objetivo geral deste estudo – estudar o papel da participação em programas de turismo social na satisfação dos clientes seniores integrados em OES – delimitaram-se os objetivos específicos que se fundamentam na necessidade de contribuir para a investigação neste domínio que é parca, assim como, responder a uma necessidade identificada junto das OES:

- i. Analisar a perceção da satisfação dos clientes seniores com a OES e respetivos serviços;
- ii. Identificar as perceções dos clientes seniores com o seu estado de saúde e qualidade de vida;
- iii. Descrever a participação dos clientes seniores em experiências turísticas;
- iv. Determinar o impacto das experiências turísticas na qualidade de vida dos clientes seniores;
- v. Avaliar o nível de satisfação dos seniores com a OES após participação em atividades de turismo social.

A presente investigação foi desenvolvida no âmbito do Projeto Volto Já – Programa de Intercâmbio Sénior, cujo objetivo principal passou pela elaboração de um modelo de negócio de operacionalização de um programa de intercâmbio entre organizações de Economia Social que promovesse experiências turísticas junto dos seniores (Oliveira, Amaral, et al., 2019). A prova de conceito pressupôs o efetivo intercâmbio de seniores institucionalizados, possibilitando a recolha de dados que aferissem o papel do turismo social na satisfação dos clientes.

Metodologicamente, optou-se por uma abordagem qualitativa que permite a análise com maior profundidade dos resultados, através da qual o material fornecido é perspetivado de acordo com o contexto da comunicação. Foram realizadas vinte e três entrevistas, as quais foram tratadas seguindo um dos métodos de análise de conteúdo proposto por Bardin (2009) – a categorização.

A presente dissertação apresenta, numa primeira parte, a contextualização conceptual de 1) Economia Social em Portugal e das respetivas respostas sociais para seniores; 2) satisfação de clientes com os serviços e seus determinantes nas respostas sociais para pessoas idosas; 3) turismo social sénior e programas deste âmbito; 4) qualidade de vida sénior. Numa segunda parte, apresenta-se o Projeto Volta Já e o seu âmbito de intervenção, como principal veículo para este estudo; expõe-se a metodologia utilizada. Na parte final, apresentam-se os resultados e discussão dos mesmos, terminando com as principais conclusões retiradas da investigação.

2. Economia Social

2.1. Economia Social em Portugal

A Economia Social baseia-se num conjunto de valores que preconiza a ausência de lucro na sua atuação e cuja atividade de seus agentes tem uma finalidade social, mais precisamente a satisfação de uma necessidade social à qual o mercado não dá uma resposta eficaz (Caeiro, 2008).

Dentro das várias componentes da Economia Social, ou Terceiro Setor, o Estado apresenta uma intervenção direta menos significativa (Sardinha et al., 2015). O indivíduo, o sistema familiar, ou em última instância a comunidade, tornam-se os consumidores dos serviços de cariz social e solidário, onde as instituições detêm um papel de relevo, proporcionando modelos de gestão diferentes e repartição do poder entre os seus membros, não sendo nem públicas nem privadas (Caeiro, 2008).

De acordo com Sardinha et al. (2015), a Economia Social surge do reconhecimento de necessidades da comunidade às quais urge dar uma resposta, sendo a própria comunidade a organizar-se e associar-se sob diferentes formas jurídicas e com diferentes modos de participação.

Segundo a Lei de Bases de Economia Social, abrangidas pelo ordenamento jurídico português encontram-se as seguintes entidades (Lei n.º 30/2013):

- a) Cooperativas;
- b) Associações mutualistas;
- c) Misericórdias;
- d) Fundações;
- e) Instituições particulares de solidariedade social não abrangidas pelas alíneas anteriores;
- f) Associações com fins altruísticos que atuem no âmbito cultural, recreativo, do desporto e do desenvolvimento local;
- g) Entidades abrangidas pelos subsectores comunitário e autogestionário, integrados nos termos da Constituição no sector cooperativo e social;
- h) Outras entidades dotadas de personalidade jurídica, que respeitem os princípios orientadores da economia social previstos no artigo 5.º da presente lei e que constem da base de dados da economia social.

A Comissão das Comunidades Europeias (2007) enumera os fins específicos dos diferentes serviços sociais no estados-membros da União Europeia, aos quais Portugal não é

exceção: 1) respondem a necessidades humanas vitais, em particular dos utentes vulneráveis, protegendo dos riscos gerais e/ou específicos inerentes à vida e ajudam a ultrapassar crises pessoais; 2) assumem um papel preventivo e socialmente englobante de toda a população; 3) colaboram no combate à discriminação, na proteção da saúde, na melhoria da qualidade de vida, na criação de oportunidades iguais para todos, na igualdade de género e na participação plena dos cidadãos.

Segundo a Comissão das Comunidades Europeias (2007), a própria organização, prestação e financiamento dos serviços sociais se concretiza de acordo com os fins enunciados:

– para atender às múltiplas necessidades das pessoas, os serviços sociais têm de ser polivalentes e personalizados, e concebidos e prestados de forma integrada, implicando em muitos casos um relacionamento pessoal entre o beneficiário e o prestador;

– a definição e prestação do serviço devem ter em conta a diversidade de utentes; – ao atenderem às necessidades de utentes vulneráveis, os serviços sociais caracterizam-se muitas vezes pela assimetria da relação prestador-beneficiário, que difere da que existe entre um prestador de serviços comerciais e um consumidor;

– como estes serviços se enraízam frequentemente nas tradições culturais (locais), as soluções escolhidas são “feitas à medida” para ter em conta as circunstâncias locais, favorecendo a proximidade entre prestador e utente e assegurando ao mesmo tempo a igualdade de acesso em todo o território;

– os prestadores necessitam frequentemente de ampla autonomia para poderem fazer face à variedade e à evolução das necessidades sociais;

– norteando-se em geral pelo princípio da solidariedade, os serviços sociais dependem fortemente do financiamento público para assegurar a igualdade de acesso sem atender à riqueza ou aos rendimentos;

– na oferta de serviços sociais têm frequentemente um papel importante prestadores filantrópicos e voluntários, que assim dão exemplo de consciência cívica e contribuem para a inclusão social, a coesão social das comunidades locais e a solidariedade entre gerações.

(Comissão das Comunidades Europeias, 2007, p. 7 e 8)

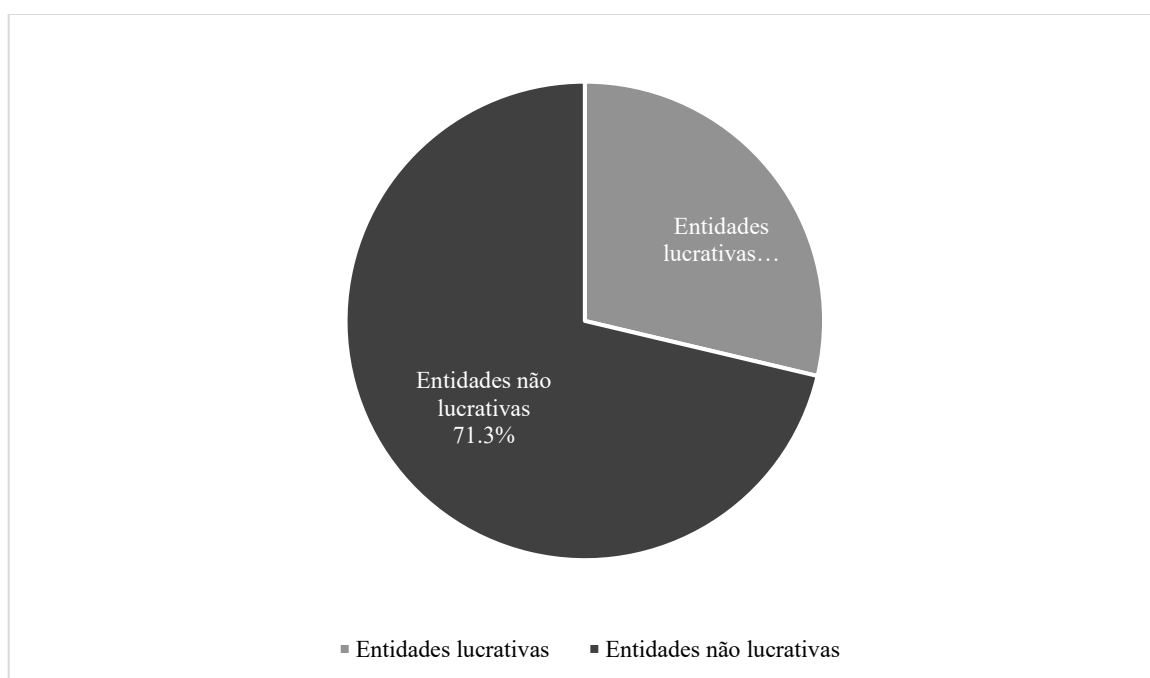
Em Portugal, a Rede de Serviços e Equipamentos Sociais (RSES) atua na promoção e desenvolvimento da proteção social, oferecendo um conjunto de respostas sociais direcionadas para grupos vulneráveis (GEP/MTSSS, 2019).

O Relatório de 2018 da Carta Social apresenta as informações mais atualizadas e pertinentes para a compreensão da RSES e, conseqüentemente, das respostas sociais destinadas aos seniores. Neste documento elucida-se que a entidade proprietária de equipamentos sociais

é qualquer entidade, individual ou coletiva, a quem pertence um ou mais equipamentos (instalações) onde se desenvolvem respostas sociais. Também se distinguem as entidades proprietárias lucrativas – entidades particulares com fins lucrativos – das entidades não lucrativas – IPSS, entidades equiparadas a IPSS, outras organizações particulares sem fins lucrativos, as Entidades Oficiais que prosseguem fins de ação social, os Serviços Sociais de Empresas e a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa (GEP/MTSSS, 2019).

Segundo o relatório supracitado (Figura 1), em Portugal Continental existe um maior número de entidades não lucrativas a desenvolver respostas sociais – 71,3% – do que entidades lucrativas – 28,7%. Estes dados salientam o peso da Economia Social no apoio à população e suporte aos grupos mais vulneráveis da comunidade, comparativamente às respostas sociais desenvolvidas por entidades lucrativas.

Figura 1- Distribuição das entidades proprietárias, segundo a natureza jurídica, Continente – 2018



Fonte: GEP/MTSSS (2019)

Através da distribuição de entidades não lucrativas pelas NUTSII, observada na Tabela 1, verifica-se que nas regiões do Norte e do Centro existe um maior número de entidades não lucrativas, sendo a região do Algarve a que apresenta um menor número de entidades deste setor. As entidades lucrativas, por sua vez, aparecem mais concentradas na Área Metropolitana de Lisboa.

Realça-se que o Algarve é a região nacional com menor percentagem tanto de entidades lucrativas como de entidades não lucrativas a dar resposta a necessidades sociais (tabela 1). A

informação da tabela 1 também evidencia a região do Norte como sendo a que concentra maior percentagem de entidades proprietárias que prestam serviços sociais.

Acrescenta-se que os dados da tabela 1 não distinguem as entidades que apenas prestam serviços através de respostas sociais, das que para além dos serviços também gerem equipamento sociais.

Tabela 1 - Distribuição territorial e natureza jurídica das entidades proprietárias, por NUTS II – 2018

NUTS II	TOTAL	ENTIDADES LUCRATIVAS	ENTIDADES NÃO LUCRATIVAS
Norte	30,2	23,6	32,8
Centro	28,5	19,6	32,1
Área Metropolitana de Lisboa	27,9	47,7	20,0
Alentejo	9,9	5,5	11,7
Algarve	3,5	3,6	3,4
Total	100	100	100

Fonte: GEP/MTSSS (2019)

2.2. Respostas Sociais para os Seniores em Portugal

Antes do aprofundamento da temática das respostas sociais para os seniores em Portugal, urge compreender não só o que é, mas também qual a ação de uma resposta social.

As respostas sociais, segundo o Relatório de 2018 da Carta Social (GEP/MTSSS, 2019) “podem ser entendidas como um conjunto de atividades e/ou serviços desenvolvidas em equipamentos sociais, ou a partir destes, vocacionadas para o apoio a pessoas e/ou famílias.” (2019, p. 18).

O Relatório de 2018 da Carta Social disponibiliza também informação pertinente para o entendimento do panorama nacional no que refere à distribuição das respostas sociais por população-alvo (tabela 2) (GEP/MTSSS, 2019).

Tabela 2 - Distribuição percentual das Respostas Sociais por População-alvo, Continente, 2018

POPULAÇÃO-ALVO	DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DAS RESPOSTAS SOCIAIS
Pessoas Idosas	41,26%
Crianças e Jovens	49,26%
Família e Comunidade	3,38%

Pessoas Toxicodependentes	0,36%
Pessoas Com Doenças do Foro Mental	0,29%
Pessoas Infectadas com HIV/Sida	0,17%
Crianças, Jovens e Adultos com Deficiência	5,28%

Fonte: GEP/MTSSS (2019)

A Tabela 2 indica a população-alvo das Crianças e Jovens como a de maior concentração de respostas sociais, com 49,26% logo seguida pela população sénior, que apresenta 41,26% das respostas sociais. Estas duas populações-alvo surgem como as que detêm mais respostas sociais destinadas ao seu apoio, sendo que as restantes cinco populações-alvo contêm apenas 9,48% das respostas sociais existentes.

A população sénior surge como uma das mais apoiadas (tabela 2) e, no entanto, em 2018, a taxa de cobertura média - que se calcula considerando o número total de lugares existentes nos equipamentos sociais e a população de referência da resposta em análise - das principais respostas que visam o apoio a pessoas idosas, no Continente, cifrou-se em 12,6 % no período 2008-2018 (GEP/MTSSS, 2019).

Focando no público sénior, e de acordo com o Ministério do Trabalho e Segurança Social (2006) e Segurança Social (2016), as respostas sociais dedicadas à população idosa são: serviço de apoio domiciliário, centro de convívio, centro de dia, centro de noite, acolhimento familiar para pessoas idosas, estruturas residenciais para pessoas idosas e centros de férias e lazer. Cada uma destas respostas oferece serviços específicos a um conjunto de destinatários com determinadas características dentro da população sénior.

O serviço de apoio domiciliário dedica-se à prestação de cuidados no domicílio a indivíduos ou famílias que, de forma temporária ou permanente, não consigam suprir as necessidades básicas ou desempenhar as atividades de vida diária (Ministério da Solidariedade e da Segurança Social, 2013).

O centro de convívio presta serviços no âmbito de atividades sociais, recreativas e culturais em equipamento, contando com a participação ativa da pessoa idosa (Ministério do Trabalho e Segurança Social, 2006).

A resposta social de centro de dia é, tal como o centro de convívio, desenvolvida em equipamento e os serviços prestados pretendem promover a autonomia e prevenir a dependência da pessoa idosa enquanto esta mantém o seu meio habitual de vida (Instituto da Segurança Social, 2010a).

O modelo organizacional de um Centro de Dia pressupõe a existência de serviços administrativos, serviços de cuidados pessoais, serviços de atividades socioculturais, serviços de nutrição e alimentação, serviços de higiene, segurança e limpeza. Para uma garantia da qualidade deste modelo organizacional estabeleceram-se sete processos-chave para a prestação de serviços num centro de dia, sendo estes: a candidatura, a admissão e acolhimento, o plano individual, o planeamento e acompanhamento das atividades de desenvolvimento pessoal, os cuidados pessoais, a nutrição e alimentação e o apoio nas atividades instrumentais da vida quotidiana (Instituto da Segurança Social, 2010a).

O centro de noite tem como serviço principal o acolhimento noturno de seniores com autonomia que, por situações de solidão, isolamento ou insegurança carecem acompanhamento durante a noite (Ministério do Trabalho e Segurança Social, 2006).

Segundo o Instituto da Segurança Social (2014) o acolhimento familiar pressupõe a integração de pessoas idosas ou pessoas adultas com deficiência de forma temporária ou permanente em famílias consideradas idóneas “quando, por ausência ou falta de condições de familiares e/ou inexistência ou insuficiência de respostas sociais, não possam permanecer no seu domicílio, e/ou que se encontrem em situação de dependência ou de perda de autonomia, vivam isoladas e sem apoio de natureza sócio-familiar” (p. 4).

As estruturas residenciais para pessoas idosas são, de acordo com Instituto da Segurança Social (2007a) respostas sociais destinadas a alojamento coletivo para pessoas com idade correspondente à idade da reforma, ou em risco de perda de independência e/ou autonomia que pretendem uma integração numa estrutura residencial “podendo aceder a serviços de apoio biopsicossocial, orientados para a promoção da qualidade de vida e para a condução de um envelhecimento sadio, autónomo, ativo e plenamente integrado” (p.2).

Os objetivos primários destas estruturas residenciais são: a promoção da qualidade de vida; a prestação de serviços que se adequem às problemáticas biopsicossociais dos seniores de forma permanente; a interação familiar e com a comunidade; estabilização do processo de envelhecimento; desenvolvimento de atividades de participação social; promoção de estratégias de reforço de autoestima e de autonomia para a organização das atividades de vida diária (Instituto da Segurança Social, 2007a).

Os serviços essenciais prestados pelas ERPI são, independentemente da sua natureza ou do número de indivíduos institucionalizados: serviços administrativos; cuidados pessoais e de saúde; atividades de desenvolvimento pessoal; nutrição e alimentação; higiene, segurança e

limpeza (Instituto da Segurança Social, 2007a). Destes cinco tipos de serviços, podem destringir-se sete processos-chaves propostos pelo Instituto da Segurança Social (2007a) que auxiliam a gestão do funcionamento da estrutura residencial e o acompanhamento do cliente desde a sua entrada no equipamento: (1) Candidatura; (2) Admissão e Acolhimento; (3) Plano Individual; (4) Cuidados Pessoais e de Saúde; (5) Nutrição e Alimentação; (6) Apoio nas Atividades Instrumentais da Vida Quotidiana; (7) Planeamento e Acompanhamento das Atividades de Desenvolvimento Pessoal. Estes processos representam o desenvolvimento de cada serviço e têm, para cada um, procedimentos e impressos próprios para manter a organização e as formas de atuação de cada colaborador contextualizadas e focadas no cliente. De acordo com o Instituto da Segurança Social (2007a), é essencial “orientar a prestação de serviços continuamente para o cliente, diagnosticando as suas necessidades e expectativas, os seus potenciais de desenvolvimento e criando oportunidades para a sua otimização.”(p. 4).

Os centros de férias e lazer são respostas sociais que têm como objetivos facultar estadias fora dos hábitos domésticos, contactos com outras comunidades e locais, promoção de integração social e da iniciativa individual e criativa. São destinados a todas as faixas etárias da população e/ou ao sistema familiar na sua globalidade, satisfazendo necessidades de lazer e de fuga à monotonia, essencial ao equilíbrio biopsicossocial dos seus clientes (Segurança Social, 2016).

O Serviço de Apoio Domiciliário tem por base um modelo organizacional que integra serviços administrativos, cuidados pessoais, atividades socioculturais, nutrição e alimentação, higiene, segurança e limpeza. Na operacionalização deste modelo, são reconhecidos sete processos-chave da prestação dos serviços: candidatura; admissão e acolhimento; plano individual; planeamento e acompanhamento das atividades de desenvolvimento pessoal; cuidados pessoais; nutrição e alimentação; e apoio nas atividades instrumentais da vida quotidiana (Instituto da Segurança Social, 2010c).

3. Satisfação de Clientes

3.1. Satisfação de Clientes com Serviços

Para uma compreensão abrangente da satisfação de clientes com serviços é necessário determinar o enquadramento conceptual de serviços e respetivas características.

Borrego (2013), Parasuraman, Zeithaml, Berry (1985, 1988) reconhecem quatro características dominantes dos serviços: (a) intangibilidade, referente ao desempenho e de difícil contabilização; (b) heterogeneidade, baseada na especificidade que o serviço tem de acordo com a empresa pela qual é prestado e à personalização ao cliente a que se destina, tornando-se um processo interativo; (c) inseparabilidade, no que toca à dificuldade de separar o processo de produção e o de consumo; (d) perecibilidade, resultante do facto de não existir um *stock*, como acontece com os produtos.

A par das investigações relacionadas com o comportamento do consumidor, surgem também os primeiros estudos sobre a satisfação do cliente, tendo estes mais repercussão e visibilidade a partir do final dos anos sessenta na cultura norte-americana (Sousa, 2011). A satisfação enquanto tema de estudo possibilita a investigação por diferentes abordagens – as empresas tendem a dedicar-se à medição da satisfação e os investigadores a aprofundar os processos de formação da mesma, assim como o próprio conceito de satisfação (Bachelet, 1992 citado em Sousa, 2011).

Oliver (1997) distingue níveis diferentes de análise da satisfação do cliente – consumidor, empresa, indústria e sociedade. De acordo com este autor, a satisfação do consumidor advém de uma escolha que pode resultar numa experiência agradável ou não, sendo em última instância uma condição final que se obtém do consumo; para a empresa, a satisfação reflete-se no passa-palavra e na ação das organizações de defesa do consumidor; para a indústria, influencia as preferências dos consumidores; e para a sociedade, os efeitos da satisfação fazem-se sentir na qualidade de vida e conseqüentemente em melhores resultados pessoais e profissionais dos elementos da sociedade (Freitas, 2015).

Giese e Cote (2000) orientaram uma investigação para definir o domínio conceptual do constructo satisfação do cliente que contou com um conjunto de entrevistas pessoais e de grupo, assim como uma revisão da literatura. A investigação levada a cabo por estes autores sugere que a satisfação de cliente enquanto constructo teria três elementos: 1) uma resposta afetiva sumária que varia em intensidade; 2) é relativa a um foco específico, seja uma escolha de

produto, compra ou consumo; 3) ocorre num período de tempo específico que varia de acordo com a situação, mas de duração limitada (Caruana, 2008).

De acordo com Ilieska (2013), a satisfação pode ser entendida como a avaliação que um consumidor faz de um determinado produto ou serviço tendo por base as suas anteriores necessidades e/ou expectativas.

Uma grande parte dos estudos e pesquisas relacionadas com a satisfação dos consumidores baseou-se nas expectativas iniciais do cliente, que podem ser: (1) confirmadas, quando um produto/serviço corresponde às expectativas, (2) negativamente desconfirmadas quando a performance/execução do produto/serviço se mostra inferior ou mais fraca do que o esperado pelo cliente, (3) positivamente desconfirmadas aquando da superação das expectativas do cliente. Por este modelo, a insatisfação é definida pelas expectativas negativamente desconfirmadas (Churchill & Surprenant, 1982).

Bateson e Hoffman (2001) apresentam três justificações para a pertinência da satisfação do cliente para as organizações: a competitividade assente na satisfação, dada a diversidade e crescimento da concorrência nos mercados, surgindo também estratégias de retenção e lealdade dos clientes através da satisfação; o custo da aquisição de novos clientes, tanto derivado ao aumento de concorrência e oferta como do custo das próprias estratégias de marketing, sendo preferível manter os clientes satisfeitos; o valor do ciclo de vida do cliente, cuja lealdade tem efeitos positivos no lucro da empresa (em função da permanência do cliente, a retenção deste pode aumentar os lucros).

Kotler (2001) desenha o perfil e respetivas particularidades de um cliente satisfeito, realçando: a fidelização mais duradoura; o interesse nos produtos recém-lançados pela marca; um passa-a-palavra positivo; menos atenção a campanhas de organizações concorrentes; uma menor sensibilidade ao preço; abertura para dar sugestões sobre o produto ou serviço; e, por último, um processo de transação mais rápido, por experiências anteriores e hábitos adquiridos pelo cliente.

Mais recentemente, a investigação sobre o conceito de satisfação expandiu-se para uma visão organizacional ou de marca: a satisfação engloba muitas experiências transitórias com um determinado produto ou serviço ao longo do tempo, ou seja, pode ser analisada como a capacidade que uma empresa/marca/organização tem de ir satisfazendo as necessidades e expectativas do cliente no decorrer das várias e diferentes experiências que lhe vão sendo proporcionadas (Boshoff & Gray, 2004).

Os resultados da investigação de Patterson, Johnson, e Spreng (1996) realçam a relação direta e decisiva que existe entre a satisfação do cliente e a intenção de contratar novamente a prestação do serviço à organização/empresa. Os resultados deste estudo demonstram que esta ligação afeta a relação a longo-termo do cliente com a organização e, conseqüentemente, o bem-estar organizacional: para garantir a lealdade do cliente, há que satisfazer e até agradar ao cliente.

Uma das principais preocupações das organizações relativamente aos serviços que disponibilizam é a forma como a performance e o desempenho dos colaboradores na prestação do serviço é entendida pelo cliente. Cada vez mais é notória a crescente competitividade na indústria de serviços - a alta qualidade da prestação de serviços ao cliente torna-se essencial para a sobrevivência da organização/empresa (Yelkur, 2000).

3.2. Determinantes da Satisfação de Clientes com Serviços

Segundo Yi (1989) existem duas perspetivas diferentes no estudo da satisfação - uma que a encara como um resultado, e a outra que a encara como um processo. Quando nos referimos a um contexto de serviço (e não de um produto), a segunda perspetiva assume-se mais apropriada por considerar o consumo enquanto experiência e conjugação de um conjunto de perceções e processos psicológicos (Boshoff & Gray, 2004). Neste mesmo contexto, Gustafsson, Johnson, e Roos (2005) referem que a satisfação em relação a um serviço é semelhante à avaliação geral que o cliente dá à qualidade do mesmo.

Os determinantes da satisfação dos clientes podem ter mais ou menos relevo na satisfação em si, variando consoante o tipo de serviço em causa. De acordo com Tinoco e Ribeiro (2007) podemos considerar como determinantes da satisfação do cliente “as possíveis variáveis que afetam a avaliação do produto ou serviço feita pelo cliente.”(p. 456). Os autores supracitados fazem, ainda, uma síntese dos principais modelos de satisfação encontrados na literatura: desconfirmação de expectativas; qualidade percebida; valor percebido; preço; desejos; afetos/emoções; imagem corporativa.

Expectativas

Bolton e Drew (1991) afirmam que, de acordo com a literatura analisada sobre o tópico satisfação/desconfirmação, tanto as expectativas como as perceções dos níveis de desempenho de um produto/serviço influenciam de forma direta a satisfação do cliente, assim como de forma

indireta através da desconfirmação. Na confirmação/desconfirmação de expetativas, a satisfação do cliente depende da confirmação das expectativas do desempenho do produto/serviço: se forem confirmadas ou superadas (desconfirmação positiva), o cliente sentir-se-á satisfeito; se as expectativas forem desconfirmadas por um desempenho inferior ao esperado (desconfirmação negativa) então o cliente ficará insatisfeito (Melo, 2015).

Qualidade percebida

Segundo Zeithaml (1988) a qualidade percebida pode ser examinada por diferentes perspectivas, inter-relacionadas e concordantes entre si: a qualidade percebida pelo cliente é diferente da qualidade real ou objetiva; é um conceito abstrato e não um atributo específico de um produto; é uma avaliação global que pode assemelhar-se a uma atitude; é um julgamento do produto feito pelo consumidor de acordo com o conjunto de marcas que o consumidor considerou para a escolha e compra do produto.

Uma vez que se coloca a tónica na satisfação do cliente em relação a um serviço, e que a qualidade percebida é um dos determinantes da satisfação, apesar de não ser igual à qualidade real/objetiva, torna-se necessário perceber o que se considera na qualidade dos serviços. Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), após o levantamento da literatura referente a este tema, resumem três pressupostos subjacentes: é mais difícil para um cliente avaliar um serviço do que um produto; as perceções de qualidade do serviço advêm da comparação entre as expectativas do cliente e o desempenho efetivo do serviço; as avaliações da qualidade não se limitam ao resultado do serviço, envolvendo igualmente o próprio processo da prestação do serviço.

Valor percebido

Para Melo (2015), o valor percebido pelo cliente “depende do sacrifício monetário e não monetário e das características sociais, emocionais e culturais de cada consumidor.”(p. 9). Esta autora refere, ainda, que o valor é o resultado da escolha que o cliente faz com base nos custos e benefícios da experiência de consumo, incluindo o preço e a qualidade. Quando o valor percebido pelo cliente atende às suas necessidades e desejos, o cliente valoriza o produto e tende a reutilizá-lo/adquiri-lo, enquanto que quando o valor percebido não corresponde às expectativas, a lealdade do cliente decresce (Rizwan et al., 2014).

Preço

Zeithaml (1988) define o preço pela perspectiva do consumidor como o custo, ou o que o cliente sacrifica/abandona para obter um produto. É também feita a distinção dos diferentes componentes do preço – preço efetivo (monetário), preço não-monetário percebido e sacrifício (Zeithaml, 1988). Butt (2011, citado em Rizwan, Umair, Fiaz, & Rashid, 2014) considera o preço como a substituição através da qual se obtém o valor, seja sob a forma de um bem (tangível) ou um serviço (intangível). Para Rizwan et al., (2014) se um consumidor adquirir produtos de alta qualidade e por eles pagar um preço considerado baixo, o cliente sentir-se-á satisfeito e irá gerar um passa-a-palavra positivo.

Desejos

Para Spreng, MacKenzie, e Olshavsky (1996) é possível conceptualizar desejos por diferentes abordagens mais ou menos abstratas/subjetivas, encarando-os como as necessidades mais básicas ou fundamentais, como objetivos de vida, como resultado final, ou ainda como os próprios meios que o indivíduo crê que o irão levar ao estado final idealizado. Os autores supracitados dão ainda alguns exemplos para estas diferentes conceptualizações: um estado final abstrato - o desejo de ser protegido; benefícios intermédios - produtos seguros; ou os meios para alcançar esses benefícios – o sistema de travagem anti-bloqueio de um carro.

Afetos/Emoções

De acordo com Chieira (2013) afetos podem ser definidos como “fenómenos mentais caracterizados exclusivamente por experiências, estados subjetivos de sentimentos e vulgarmente é utilizado para os termos emoções e humor.”(p. 39).

As emoções pressupõem a percepção de estímulo fisiológico, à qual se segue um comportamento e uma consideração psicológica. As emoções conduzem, assim, o quotidiano de cada um, e podem advir de estímulos externos ou internos (do próprio organismo) (Tinoco & Ribeiro, 2007).

Imagem Corporativa

Podemos relacionar a imagem corporativa com as diferentes percepções que os *stakeholders* têm de uma organização, e que no seu conjunto formam uma imagem única dessa mesma, que influencia diretamente as atitudes e reações destes *stakeholders* às ações/produtos/lojas (Upamannyu et al., 2015). Os mesmos autores referem, ainda, que, como a imagem de uma organização influencia diretamente o comportamento dos *stakeholders*, é necessário a empresa gerir também as suas ações e respetiva exposição para afetar positivamente a imagem que transmite, retirando daí os benefícios inerentes (Upamannyu et al., 2015).

Uma imagem corporativa positiva revela-se fulcral para não só gerar a satisfação dos clientes como para estimular um comportamento favorável à organização, enquanto que, se a imagem corporativa for negativa, o passa-a-palavra irá provocar atitudes e ações desfavoráveis nos clientes (Pinheiro, 2013).

3.3. Satisfação de Clientes em Respostas Sociais para Seniores

Dado o contexto de aplicação prática do estudo - os indivíduos que constituem a amostra encontram-se institucionalizados em Centros de Dia, Estruturas Residenciais para Pessoas Idosas ou Serviços de Apoio Domiciliário – as variáveis estudadas de satisfação de clientes seguidamente expostos vão corresponder apenas a estas respostas sociais.

Considerando os Questionários de Avaliação de Satisfação desenvolvidos pelo Instituto da Segurança Social (2007b, 2010b, 2010d), as variáveis para determinar o nível de satisfação dos clientes seniores correspondem a critérios específicos das respostas sociais onde os clientes estão integrados. Estes inquéritos, adequados e aplicados a cada resposta social, visam a melhoria da prestação de serviços após análise dos resultados obtidos e atuam como um instrumento de obtenção de recolha de dados passível de ser utilizado por qualquer entidade proprietária, seja esta uma OES ou uma entidade lucrativa.

Seguindo o postulado pelo Instituto da Segurança Social (2010d), as variáveis de satisfação de clientes na resposta SAD prendem-se com: instalações, equipamentos e sinalética; fiabilidade/credibilidade; competência técnica; responsabilidade e recetividade; atendimento e comunicação.

Em Centro de Dia, os determinantes tidos por variáveis de satisfação dos clientes são, à semelhança dos da resposta social SAD: as instalações, os equipamentos e sinalética; a fiabilidade; a competência técnica; a responsabilidade e a recetividade; o atendimento e

comunicação (Instituto da Segurança Social, 2010b). Seguidamente, explica-se cada um destes determinantes:

- as instalações, equipamentos e sinalética relacionam-se com o estado de conservação dos equipamentos, o acesso e a acessibilidade dos espaços, condições para o desenvolvimento de atividades, limpeza e arrumação de espaços, a adequação e conforto das viaturas, e, finalmente, a identificação e vestuário dos colaboradores;
- a fiabilidade está relacionada com a resposta específica que os serviços dão aos interesses, desejos e expectativas do cliente sénior;
- a competência técnica refere-se ao perfil dos colaboradores para o desempenho de funções, nomeadamente a prestação de serviços e cuidados pessoais e de saúde;
- a responsabilidade e a recetividade encaixam-se no contexto da privacidade, confidencialidade e informação dadas ao cliente;
- o atendimento e a comunicação abarcam não só a informação disponibilizada ao cliente, como a disponibilidade para esclarecer dúvidas e responder às questões do cliente atempadamente (Instituto da Segurança Social, 2010b).

Segundo o Instituto da Segurança Social (2007b), distinguem-se cinco determinantes da satisfação do cliente com os serviços que são prestados nas ERPI, utilizadas para avaliação da satisfação: os fatores tangíveis, a fiabilidade, a capacidade de resposta, a confiança e segurança, e a empatia. Estes são explicados de seguida:

- os fatores tangíveis abrangem a conservação dos edifícios e equipamentos, a limpeza e arrumação das instalações, a acessibilidade, conforto e adequação das instalações, segurança e conforto dos transportes, imagem e apresentação dos colaboradores;
- a fiabilidade implica a participação no planeamento dos serviços que lhe são prestados, a execução dos serviços e atividades ocupacionais e de desenvolvimento pessoal, informação sobre o regulamento e regras de funcionamento, e confiança na capacidade da organização para ajudar a resolver os seus problemas/questões.
- a capacidade de resposta refere-se ao desempenho dos colaboradores, à adequação das refeições aos seus gostos e necessidades, apoio nos cuidados de higiene, imagem e de saúde, adequação das atividades ocupacionais e de desenvolvimento pessoal aos seus interesses e necessidades, diversidade e quantidade das atividades ocupacionais e de desenvolvimento pessoal disponibilizadas;

- a confiança e segurança inclui os sistemas de segurança, o cumprimento dos direitos, a confidencialidade, a simpatia, educação e atenção dos colaboradores, o esclarecimento de informação, o respeito pelas decisões e opções individuais;
- a empatia exprime o encaminhamento das reclamações dos clientes, o respeito e consideração da organização pelas sugestões dos clientes, informação sobre mudanças/alterações na organização, disponibilidade dos colaboradores para os problemas pessoais dos clientes e apoio dos colaboradores na dinamização e motivação para a participação em atividades ocupacionais e de desenvolvimento pessoal.

4. Turismo Social Sénior

4.1. Turismo Social

Segundo a International Social Tourism Organization, o turismo social compreende quaisquer atividades que contribuam, de forma justa e sustentável, para uma maior acessibilidade a férias e atividades turísticas para toda a população.

Cheibub (2012) realça como característica primária do turismo social a acessibilidade ao turismo em faixas populacionais mais desfavorecidas. O autor salienta, ainda, que esta característica se torna premente no estudo do turismo social, uma vez que a nível académico esta é a especificidade mais concordante entre a diversa literatura existente.

De acordo com Minnaert, Maitland e Miller (2011), o turismo social pode potenciar a inclusão social, uma vez que encoraja a participação de qualquer pessoa em atividades turísticas, inclusivamente pessoas vulneráveis a nível económico ou a qualquer outro nível.

Estes autores referem, ainda, que as iniciativas de turismo social assumem a assistência para a experiência turística como um benefício universal, mas com particular vantagem para a população economicamente mais desfavorecida, uma vez que o produto turístico oferecido é o mesmo, tanto para grupos mais vulneráveis ou como para grupos menos vulneráveis (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011).

Um dos grupos vulneráveis que podem beneficiar com a prática de turismo social são as famílias economicamente carenciadas. Na investigação de Lima, Eusébio e Varum (2011) são identificados benefícios relacionados com a prática de turismo social neste grupo: fortalecimento de relações familiares e da rede social, acesso à informação, eventual mudança de perspetiva sobre a vida que pode levar ao processo de mudança com base na ativação das suas competências.

É referido ainda em Lima et al., (2011), que as políticas sociais podem tornar-se mais eficientes com a integração de programas de turismo social, contribuindo para a maximização dos benefícios das próprias políticas para a sociedade.

4.2. Turismo Sénior

De acordo com as Nações Unidas, a população mundial está a envelhecer, sendo a faixa etária superior aos 65 anos a que apresenta um maior crescimento. De facto, prevê-se que em 2050 uma em cada seis pessoas no mundo tenha 65 ou mais anos (16%), números superiores aos do ano 2019, que apresentavam uma em cada onze pessoas (9%). Prevê-se também que o

número de pessoas com 80 ou mais anos triplicar, passando de 143 milhões em 2019 para 426 milhões em 2050 (United Nations, 2019).

Neste âmbito, e acompanhando estas tendências demográficas e socioeconómicas, começam a surgir iniciativas na área do turismo para responder às necessidades e especificidades dos períodos de lazer das pessoas idosas (Le Serre & Chevalier, 2012; World Tourism Organization, 1999).

A Organização Mundial de Turismo alerta para a necessidade de, tanto os decisores e agentes das políticas no âmbito do turismo, como os próprios profissionais no terreno, desenvolverem programas e projetos focados na qualidade de vida do turista sénior, através de (World Tourism Organization, 1999):

- a) Fatores de qualidade básicos – segurança, saúde, higiene, interesses ambientais, independência, acessibilidade dos serviços e normas de proteção do consumidor;
- b) Alimentação saudável, exercício físico e outras vertentes que contribuem para o bem-estar físico, assim como outros domínios da vida que contribuem para a espiritualidade e a qualidade de vida;
- c) Interação com as comunidades locais;
- d) Promoção das redes de contacto dos seniores e das atividades das Universidades da Terceira Idade;
- e) Promoção de experiências educacionais com o património local através de visitas culturais;
- f) Estâncias balneares, termas e atividades recreativas, principalmente ao ar livre;
- g) Serviços de qualidade, atividades sociais estruturadas, flexibilidades dos programas, atividades físicas com um ritmo ajustado e adequado, e informação clara e autêntica;
- h) Auditorias internas e avaliação dos padrões de qualidade do turismo sénior;
- i) Introdução imediata de tarifas especiais para seniores nas empresas de transportes aéreo, marítimo e terrestre (rodoviário e ferroviário), tanto a nível regional como dentro da União Europeia.

4.3. Benefícios da Participação em Programas de Turismo Social Sénior

O turismo social sénior tem ganhado um papel de relevo, cada vez com mais expressão, pelas tendências de envelhecimento da população, da exclusão social e dos obstáculos financeiros e limitações de saúde que esta população enfrenta (Eusébio et al., 2016).

De acordo com Eusébio et al. (2016), investigadores e associações internacionais consideram existirem evidências de que os programas de turismo social sénior podem trazer benefícios não só às pessoas idosas participantes, como aos destinos turísticos onde se desenvolvem esses programas.

Para a World Tourism Organization (1999), os programas de turismo sénior, enquanto resultado de parcerias públicas e privadas ou de iniciativas das OES devem garantir o cumprimento de objetivos que incluem estas duas vertentes de resultados – os seniores enquanto turistas e o destino turístico enquanto aposta para a economia local. Esses objetivos pautam-se por (World Tourism Organization, 1999):

- a) Dar resposta à realidade de exclusão social através do estímulo ao envolvimento em atividades turísticas;
- b) Através dos benefícios do acesso a períodos de lazer, melhorar a qualidade de vida dos seniores;
- c) Contribuir para a tolerância social, paz e solidariedade com a interação, partilha de memórias e viagens entre diferentes gerações;
- d) Enquanto agente de coesão social, cooperar no desenvolvimento de um mercado turístico diversificado, fortalecendo a economia e favorecendo a criação de novos empregos;
- e) Tornar a utilização das instalações e equipamentos turísticos mais eficaz, durante as épocas baixas e das regiões economicamente mais desfavorecidas.

O estudo de Ferrer, Sanz, Ferrandis, McCabe e García (2016) corrobora que a participação em atividades turísticas implica a utilização de processos físicos e cognitivos e recursos/capacidades que contribuem para um estilo de vida ativo e saudável. Consequentemente, e através da melhoria da saúde física e mental e da promoção de medidas de envelhecimento ativo, a pessoa idosa que participe em atividades turísticas pode beneficiar desses mesmos benefícios.

Estes autores referem, ainda, que os benefícios associados à participação de seniores em atividades de turismo social se repercutem nos recursos das áreas social e de saúde dos governos e das famílias: os turistas seniores são mais saudáveis do que os seniores que não participam em atividades de turismo, e tal pode implicar uma necessidade menor de recorrer aos serviços de saúde. Este facto torna-se particularmente pertinente pelos desafios que uma sociedade envelhecida apresenta no que respeita aos cuidados de saúde e aos serviços sociais (Ferrer et al., 2016).

Relativamente aos benefícios que mais se fazem sentir nos seniores participantes de atividades de turismo social estes incluem, para além da saúde, a inclusão social, o bem-estar e a possibilidade de interromper as rotinas quotidianas individuais e abrir novos horizontes sociais (Morgan et al., 2015).

Atividades e experiências de turismo social podem também ter repercussões nos níveis de autoestima e de confiança nos seniores, contribuindo para o seu aumento. Existe um impacto positivo na perceção subjetiva do bem-estar do próprio sénior e do seu desempenho social (Morgan et al., 2015).

O estudo de Eusébio, Carneiro, Kastenholz e Alvelos (2017) revela que os programas de turismo social são pertinentes no combate ao isolamento social através de: 1) oportunidades para socializar com amigos, familiares e com a comunidade local; 2) aumento da qualidade de vida pelo enriquecimento cultural, escape e descontração; 3) incremento da saúde do sénior.

5. Qualidade de Vida do Sênior

A qualidade de vida reúne uma dicotomia de aspetos a considerar, bem como diferentes dimensões de avaliação que não permitem uma conceptualização estanque e única. Existem evidências do surgimento deste tema pela primeira vez na literatura médica na década de 30, segundo um levantamento de estudos cujo objetivo era a sua definição e que faziam referência à avaliação da qualidade de vida (Seidl & Zannon, 2004).

Na tentativa de estabelecer uma referência para o seu estudo e aplicações práticas, um grupo de especialistas da Organização Mundial da Saúde, num projeto colaborativo multicêntrico, circunscreveu a qualidade de vida a três aspetos basilares referentes a este constructo: a subjetividade, a multidimensionalidade (dimensões física, psicológica e social no mínimo) e a bipolaridade (presença de dimensões positivas e negativas) (Kluthcovsky & Takayanagui, 2007).

O grupo WHOQOL, nomeado pela Organização Mundial de Saúde para clarificar o conceito de qualidade de vida, definiu-a como uma “percepção do indivíduo sobre a sua posição na vida, dentro do contexto dos sistemas de cultura e valores nos quais está inserido e em relação aos seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações (WHOQOL Group, 1994, p. 28)” (Pereira et al., 2013, p. 110).

Para uma avaliação da qualidade de vida dos seniores, é necessária a adoção de critérios múltiplos que reflitam a natureza biológica, psicológica e socioestrutural do indivíduo idoso: a longevidade, a saúde mental e biológica, as competências cognitivas, a satisfação, as competências sociais (familiares e informais), a atividade e a produtividade (Lobo et al., 2014). No estudo relativo ao nível de dependência e qualidade de vida da população idosa, de Lobo et al. (2014), os participantes demonstraram de forma genérica uma baixa percepção de Qualidade de vida relacionada com a saúde, pelas evidências de que esta é diretamente afetada nível de dependência, pela idade avançada e pelo género.

Na investigação de Oliveira, Gomes e Paiva (2011), os resultados obtidos em todos os domínios avaliados demonstraram uma menor qualidade de vida de idosos institucionalizados quando comparada àqueles não institucionalizados. Estas autoras alertam para a necessidade de, pelo aumento deste segmento da população verificado nas tendências demográficas, reestruturação e planeamento a níveis social e de saúde, e a superação dos desafios e obstáculos relacionados com a institucionalização.

De acordo com Almeida e Rodrigues (2008), a qualidade de vida do sênior institucionalizado passa por transformar as OES em lares acolhedores, com suporte e abrigo

sentido como familiar, para extinguir o vazio muitas vezes causado pelo processo de saída da sua rede familiar, social, de rotinas e de hábitos diários, bem como da sua própria identidade e personalidade antes da institucionalização.

Para Lobo et al. (2014), o significado atribuído à qualidade de vida propende a transformar-se durante o percurso pessoal do indivíduo, não por influência da idade *per si*, mas fundamentalmente devido a acontecimentos, mudanças e experiências que acabam por se associar ao avanço da idade – das quais se destaca o contexto familiar e as alterações de saúde.

Na investigação de Campolina, Dini e Ciconelli (2011) o aumento do número de morbididades e o aumento da idade atuaram como influenciadores da qualidade de vida, sendo a capacidade funcional o maior agente de transtorno. Porém, o bem-estar na velhice surgiu como resultado do equilíbrio entre as várias dimensões da qualidade de vida.

6. Projeto Volta Já – Programa de Intercâmbio Sénior

O Projeto Volta Já propõe-se à construção de um programa de parceria entre organizações de Economia Social que operacionalize o intercâmbio de seniores institucionalizados, desenvolvendo experiências culturais, turísticas e artísticas. Constitui-se como um modelo de negócio de turismo social sénior, tendo como alvo as pessoas idosas em condição económica desfavorável, ou que não possuem familiares e/ou amigos que os possam acompanhar permitindo-lhes realizar viagens e/ou gozar férias (S. Oliveira et al., 2019).

Os principais objetivos do projeto são:

(i) fomentar o envelhecimento ativo e melhorar a qualidade de vida (bem-estar, satisfação com a vida, felicidade, etc.) dos seniores institucionalizados; (ii) desenvolver um modelo de negócio de turismo social dirigido aos seniores institucionalizados em lares/ERPI ou centros de dia, na região do Alentejo; (iii) desenvolver pacotes de turismo social personalizados às necessidades dos seniores institucionalizados, em parceria com as entidades de Economia Social; e (iv) desenvolver uma plataforma informática que permita às instituições de Economia Social aderir ao programa de intercâmbio sénior, divulgar as experiências socioculturais oferecidas e estabelecer parcerias que efetivem o intercâmbio entre si. (S. Oliveira et al., 2019, p. 6).

As atividades-chave do Projeto Volta Já empreendem a execução do programa de intercâmbio sénior e implicam:

- i. Diagnóstico de necessidades e caracterização de perfil do idoso institucionalizado;
- ii. Análises e requisitos da Plataforma ICT, sendo que esta atividade também se foca no design e implementação de uma APP para turismo social sénior;
- iii. Design da plataforma ICT, cujo intento é a construção da plataforma adequada à funcionalidade pretendida, nomeadamente dentro do *User interface* (UI) e *User experience* (UX);
- iv. Implementação da plataforma ICT, que engloba a implementação da página web bem como da APP mobile.
- v. Teste e validação da plataforma ICT - avaliação e verificação do sistema com a conformidade face aos objetivos traçados; funcionamento nas plataformas pretendidas, facilidade de utilização; e cumprimento das necessidades do usuário final;
- vi. Lançamento e manutenção da plataforma ICT e distribuição da APP mobile, e consequente manutenção;

- vii. Análise de Marketing e desenvolvimento de pacote de turismo social, percebendo o target - neste sentido foi feita uma segmentação, uma análise de boas práticas de experiências anteriores, identificaram-se as características mais importantes do público alvo – idosos institucionalizados;
- viii. Mix promocional, distribuição e avaliação de pacotes de turismo social, que implica a identificação dos componentes do mix promocional a ser implementados; identificação dos canais de distribuição; definição e implementação de uma avaliação e monitorização do processo;
- ix. Proteção de IP, que se enquadra no *knowledge Management* (KM) que vai apoiar os parceiros na proteção e utilização dos resultados da investigação, como por exemplo a utilização de WIKI;
- x. Prova de Conceito, pressupondo: o treino de novos parceiros em todos os aspetos do Projeto Volta Já (técnico, benefícios socio-económicos); teste e validação de conteúdo, garantindo a qualidade dos métodos e dos modelos utilizados; teste do programa de intercâmbio com seniores institucionalizados entre duas entidades de economia social; teste dos pacotes de turismo social.
- xi. Disseminação de resultados; pretende-se a maximização dos resultados do projeto através do desenvolvimento de canais de comunicação entre os diferentes participantes;
- xii. Avaliação do projeto baseada em Standards Europeus através de uma avaliação participativa.

Realizaram-se, até final de 2019, seis mobilidades de um total de três intercâmbios, com o envolvimento de seis organizações de Economia Social e para realização das quais a equipa de investigadores dos Institutos Politécnicos de Santarém e Beja se mobilizou.

7. Metodologia

7.1. Tipo de Estudo

Para a prossecução dos objetivos da presente investigação optou-se pela metodologia qualitativa. Este método pressupõe um processo com fases distintas que não se desencadeiam de forma linear, existindo uma relação estreita entre o modelo teórico, as estratégias de pesquisa, a recolha e análise dos dados, a avaliação e a apresentação dos resultados obtidos pela investigação (Aires, 2015).

Segundo Nogueira-Martins e Bógus (2004), a metodologia qualitativa produz explicações contextuais para um número menor de casos, dando uma maior ênfase ao significado do que à frequência do fenómeno. As autoras referem, ainda, a pesquisa qualitativa traz utilidade “em situações em que variáveis relevantes e/ou seus efeitos não são aparentes ou quando o número de sujeitos e/ou dados obtidos são insuficientes para análise estatística” (Nogueira-Martins & Bógus, 2004, p. 48).

A abordagem metodológica qualitativa pode ser caracterizada por três aspetos: 1) carácter epistemológico pela compreensão subjetiva da experiência humana; 2) a tipologia dos dados a recolher, como descrições de acontecimentos, pessoas, situações, vivências; 3) método de análise, que privilegia a compreensão e os significados e não evidências (Nogueira-Martins & Bógus, 2004).

Para Martins (2004) o que caracteriza o estudo qualitativo é a amplitude e a profundidade do mesmo, visando a elaboração de uma explicação válida para o(s) caso(s) em estudo, reconhecendo que os resultados das observações são tendencialmente parciais e não generalizáveis. Este método atua com unidades sociais e privilegia os estudos de caso — entendendo-se como caso o indivíduo, o grupo, a comunidade, ou a instituição.

7.2. Instrumento de Recolha de Dados

Para Aires (2015) as técnicas de recolha de dados predominantemente utilizadas numa investigação de método qualitativo podem agrupar-se em dois conjuntos: técnicas diretas ou interativas e técnicas indiretas ou não-interativas. Do primeiro grupo fazem parte como instrumentos de recolha de dados a observação participante, a entrevistas qualitativas e a histórias de vida. Do segundo grupo mencionado, são instrumentos de recolha de informação os documentos oficiais (registos, documentos internos, dossiers, estatutos, registos pessoais, etc.) ou documentos como diários, cartas, autobiografias, entre outros (Aires, 2015).

Destacando a pertinência da entrevista como instrumento de recolha de dados na metodologia qualitativa, Bardin (2009) considera que este instrumento como método de investigação confronta o analista com “um conjunto de “x” entrevistas, e o seu objetivo final é poder inferir algo, através dessas palavras, a propósito de uma realidade (seja de natureza psicológica, sociológica, histórica, pedagógica) representativa de uma população de indivíduos ou de um grupo social.” (p. 90).

De acordo com Batista, Matos e Nascimento (2017) o grau de formalidade patente numa entrevista deve ser definido consoante os objetivos da pesquisa e da investigação, de acordo com o tema a ser tratado e, sobretudo, tendo em vista o que é apropriado culturalmente para o grupo pesquisado. Estes autores referem, ainda, que a opção pela modalidade individual de entrevista sucede das características e contexto do entrevistado, pois apresenta uma maior flexibilidade para o agendamento do momento (horário e local de realização) da entrevista (Batista et al., 2017).

À medida que se recolhem os depoimentos de cada entrevistado, as informações relativamente aos objetivos da investigação vão sendo organizadas, permitindo o agrupamento sistemático do material de análise até este se tornar denso e consistente. O ponto de saturação pressupõe a possibilidade de identificação de padrões simbólicos, sistemas de classificação, categorização e recorrências (Duarte, 2002).

Foi aplicada uma entrevista semiestruturada e individual para a obtenção de dados, constituindo o discurso de cada entrevistado a cada questão o conteúdo a sistematizar e analisar posteriormente.

O guião da entrevista foi elaborado com base na revisão da literatura, nos Questionários de Avaliação da Satisfação disponibilizados pelo Instituto da Segurança Social (2007b, 2010b, 2010d) e nos objetivos do estudo, nomeadamente na avaliação da experiência turística e no seu impacto na satisfação com a organização onde o participante está institucionalizado.

7.3. Procedimentos

Para a recolha dos dados foi necessária a autorização de cada participante para a realização da entrevista e respetivo registo em suporte áudio (*vide* Anexo 1).

As entrevistas ocorreram na OES em que cada entrevistado estava integrado, em data e horário previamente acordados com a Direção Técnica da organização e com o próprio entrevistado.

Cada organização disponibilizou um espaço privado para a realização das entrevistas, permitindo a livre expressão e discurso de cada indivíduo sem constrangimentos, seguindo o guião da entrevista previamente mencionado (anexo 2).

A transcrição dos dados recolhidos pressupõe a audição repetida do conteúdo gravado, sendo necessária a transcrição integral, inclusivamente pausas e mudanças de entoação de voz, além de sinalizadores de interrogação e outras variações ocorridas no discurso do entrevistado (Batista et al., 2017).

Na transcrição, para manter o anonimato e privacidade do indivíduo, a cada entrevistado foi atribuído (em substituição do nome) a letra “E” procedida por um número aleatório entre o número um e o vinte e três (ex.: E22).

7.4. Amostra

A amostra selecionada para a investigação são vinte e três participantes presentes nas mobilidades de cada intercâmbio sénior dinamizado pelo Projeto Volta Já, entre Junho e Novembro de 2019.

Todos os elementos da amostra são clientes de uma das Organizações de Economia Social parceiras do Projeto Volta Já, integrantes da área de atuação do Projeto, a NUTS II Alentejo. As respostas sociais onde estão integrados são Centro de Dia, ERPI e SAD.

A caracterização sociodemográfica dos elementos que compõe a amostra torna-se relevante para uma mais eficaz contextualização do discurso dos entrevistados e uma maior compreensão das experiências, opiniões, sentimentos e perceções relatados.

A idade dos elementos da amostra está compreendida entre os 60 e os 98 anos, sendo que cinco indivíduos (22%) se situam na faixa etária entre os 60 – 70 anos, seis indivíduos (26%) têm idades compreendidas entre 71 – 80 anos, dez indivíduos (43%) incluem-se entre 81 – 90 anos e os restantes dois indivíduos (9%) entre os 91 – 98 anos.

Relativamente ao género, catorze (61%) indivíduos são do sexo feminino e nove (39%) são do sexo masculino.

No que concerne ao Estado Civil, doze (52%) são viúvos, sete (31%) são solteiros, e quatro (17%) são casados.

O nível de escolaridade apresentou os seguintes valores: cinco indivíduos (22%) não têm escolaridade, treze (57%) têm habilitações literárias de 1º ciclo, quatro (17%) têm o 2º ciclo e um (4%) tem o 3º ciclo.

Relativamente ao tempo de permanência na OES, seis (26%) encontram-se há menos de 6 meses na instituição, quatro (17%) entre os 7 e os 12 meses, quatro (17%) entre os 13 e os 24 meses, dois (9%) entre os 25 e os 36 meses e sete (31%) há 37 ou mais meses.

Quanto aos motivos da institucionalização, seis entrevistados (26%) integraram a instituição por viverem sozinhos, oito entrevistados (35%) por motivos de doença, cinco (22%) por motivos de doença de um familiar, três (13%) por não quererem sobrecarregar a família e um (4%) por ter dificuldades no relacionamento com os familiares.

Observando o núcleo familiar, mais concretamente o número de filhos, os dados obtidos foram: quatro participantes (17%) não têm filhos, quatro (17%) têm um filho, oito (35%) têm dois filhos, quatro (17%) têm três filhos e finalmente três (13%) têm quatro filhos.

7.5. Plano de Análise de Conteúdo

Seguindo a organização sequencial do modelo de análise de conteúdo proposto por Bardin (2009) – pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados e interpretações – formularam-se as diferentes dimensões e direções de análise.

7.5.1 Categorização da Análise de Conteúdo

De acordo com Mayring (2014) os processos que envolvem a análise de conteúdo tendem a desdobrar os textos a interpretar em categorias. Essas mesmas categorias reúnem segmentos de texto menores, unidades de análise, sendo que as regras de segmentação, se adequadamente definidas, permitem alcançar os mesmos resultados por um segundo investigador.

Para uma segmentação eficiente é conveniente discernir a sensibilidade da análise, ou seja, decidir se será suficiente detetar diferentes tons no texto ou para o codificar ou se serão necessárias palavras/frases/parágrafos completos. Outro aspeto a ter em consideração é quantidade de materiais relevantes para a decisão de codificação, assim como quais as partes dos textos que serão confrontadas com o sistema de categorias (Mayring, 2014).

Seguindo o processo de sistematização do conteúdo por “acervo”, o título conceptual de cada categoria só é obtido após a organização do conjunto de unidades de registo que a compõem e cada dimensão foi gerada a partir do agrupamento das categorias respeitantes ao mesmo conceito. Esta técnica de categorização foi utilizada com o intuito de tornar a ação de organização e posterior análise do investigador o mais imparcial possível (Bardin, 2009).

Cada dimensão foi identificada com a letra “**D**” seguida por um número, seguindo esta atribuição numérica a lógica sequencial do próprio guião da entrevista.

7.5.2 Unidade de codificação

A unidade de codificação – unidade de registo – será temática, desmembrando o discurso de cada entrevistado seguindo um critério de escolha e de delimitação “orientados pela dimensão da análise, ela própria determinada pelo objetivo pretendido” (Bardin, 2009, p. 78), dividindo a diferentes significações do estudo em categorias. O tema enquanto unidade de registo permite estudar as motivações de opiniões, valores, crenças, atitudes, sendo comumente utilizada para as a análise de respostas abertas.

8. Apresentação e Discussão dos Resultados

Os resultados obtidos pelas entrevistas realizadas, após a sua sistematização e categorização resultaram em trinta dimensões.

Estas dimensões concorrem para a elucidação dos objetivos específicos do estudo:

- das dimensões **D1** à **D11** ilustra-se a apreciação e percepção de satisfação dos clientes seniores com a OES e respetivos serviços;
- as dimensões **D12** e **D13** discorrem a percepção de satisfação com a saúde do cliente sénior e percepção de qualidade de vida pós-institucionalização;
- as dimensões **D14** e **D15** descrevem o contexto histórico individual de participação em experiências turísticas do cliente sénior;
- as dimensões **D16** e **D17** definem o impacto das experiências turísticas na qualidade de vida do cliente sénior;
- a dimensão **D18** analisa a apreciação do cliente sénior face à OES pela sua participação em experiências turísticas;
- das dimensões **D19** à **D29** estuda-se a apreciação da participação num programa de turismo social – o caso do Projeto Volta Já;
- a dimensão **D30** investiga o papel da participação dos seniores em atividades de turismo social na satisfação com a OES.

Após a análise dos resultados obtidos para cada um dos objetivos específicos da presente investigação, a resposta à questão de investigação torna-se inteligível, formando a imagem do papel da participação em programas de turismo social na satisfação dos clientes seniores de OES.

Para permitir um maior entrosamento entre os resultados obtidos pelo discurso dos entrevistados e as inferências e discussão procedente do mesmo, este capítulo reúne não só a apresentação dos resultados como a sua respetiva discussão.

8.1 Apreciação e percepção de satisfação dos clientes seniores com a OES e respetivos serviços

Apreciação global da OES

Tabela 3 - Apreciação global da OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D1. Apreciação global da Organização	Apreciação Genérica	Excelência	“Para mim, hoje, é do melhor.” (E1) “Muito boa.” (E5) “Acho impecável. Impecável.” (E7) “Espetacular.” (E8) “O que penso da organização é que melhor do que isto não pode ser.”(E19)
		Satisfação	“(…) não nos falta coisa nenhuma.” (E4) “Parece-me que é boa”(E16) “É bom. É bom para mim. Tudo.” (E17)
	Prestação de Serviços	Competência	“Muita limpeza, que é coisa que eu gosto muito. É tudo limpo” (E6)
		Insatisfação com a supervisão dos dirigentes	“Não muito bem. (...) As superiores deviam de estar mais atentas àquilo que se passa com as empregadas.” (E3)
	Recursos	Insuficiência/inadequação	“Só que às vezes olhe, hoje estava frio, não havia aquecedores.”(E23) “(…) estão muitas coisas, muitas coisas que estão más.”(E21)
	Relação com os Colaboradores	Afabilidade	“As doutoras todas me tratam bem, as empregadas são todas muita boas para mim” (E2)
		Estima	“Dou-me bem, sou estimado pelos empregados todos, pelos empregados... Olhe pelo pessoal todo, pela Dr. ^a , tudo, tudo do melhor.” (E12)
		Acolhimento	“Aqui estou bem, aqui fui bem acolhida(..) não só pelo pessoal que trabalha como pela Dr. ^a , como pela <i>Animadora</i> , a <i>Animadora</i> , que é a coordenadora da nossa sala.”(E11)
		Familiaridade	“É a minha segunda família” (E10)

Na dimensão respeitante à apreciação global da OES por cada um dos entrevistados (tabela 3, D1), as categorias obtidas correspondem às várias perceções e diferentes formas de avaliar a OES, que se traduzem em: 1) apreciação genérica, na qual o respondente respondeu de uma forma geral sem especificar nenhum aspeto da OES; 2) prestação de serviços, ou seja, a avaliação da OES é feita com base nos serviços que presta; 3) recursos da organização; e, finalmente, 4) relação com os colaboradores, sendo que esta categoria expressa a apreciação global da OES pela relação desenvolvida entre os seniores e os colaboradores.

Dentro da primeira categoria citada, apreciação genérica, apresenta-se como unidades de registo dois temas: a excelência da organização - exemplo “O que penso da organização é

que melhor do que isto não pode ser.” (E19) - e a satisfação com a organização – exemplo “É bom. É bom para mim. Tudo.” (E17).

A segunda categoria refere a prestação de serviços e obteve como unidades de registos a competência – exemplo: “Muita limpeza, que é coisa que eu gosto muito. É tudo limpo” (E6) - e a insatisfação com a supervisão dos dirigentes, cuja unidade de contexto é “Não muito bem. (...) As superiores deviam de estar mais atentas àquilo que se passa com as empregadas.” (E3).

A categoria relativa aos recursos da OES explicita a insuficiência/inadequação dos recursos existentes na organização, sendo que os entrevistados que expuseram este tema referiram os bens tangíveis – exemplo “Só que às vezes olhe, hoje estava frio, não havia aquecedores.” (E23).

A relação com os colaboradores apresenta como unidades de registo a afabilidade, a estima, o acolhimento e a familiaridade, sendo que todos estes temas são abordados na relação colaborador-utente (o utente é o recetor/destinatário da afabilidade, da estima, do acolhimento do colaborador da organização) – exemplos: “As doutoras todas me tratam bem, as empregadas são todas muita boas para mim” (E2); “Dou-me bem, sou estimado pelos empregados todos, pelos empregados... Olhe pelo pessoal todo, pela Dr.^a, tudo, tudo do melhor.” (E12); “Aqui estou bem, aqui fui bem acolhida (...) não só pelo pessoal que trabalha, como pela Dr.^a, como pela *Animadora*, a *Animadora*, que é a coordenadora da nossa sala.” (E11); “É a minha segunda família” (E10).

Nesta dimensão os resultados menos positivos estavam diretamente relacionados com a fiabilidade da OES, pelo pressuposto da desconfiança na capacidade da organização para ajudar a resolver os seus problemas/questões, e na inadequação dos recursos tangíveis, uma vez que eram manifestamente insuficientes (Instituto da Segurança Social, 2007b).

No entanto, e observando o restante conteúdo obtido, as apreciações foram na sua maioria muito positivas, primando pelo exceder de expectativas, pelo acolhimento, pelas emoções e afetos suscitados pela interação pessoal, e pela competência reconhecida aos colaboradores da OES (Bolton & Drew, 1991; Instituto da Segurança Social, 2007b; Runa & Miranda, 2015; Tinoco & Ribeiro, 2007; Yelkur, 2000).

Perceção de satisfação com a OES

Tabela 4 - Perceção de satisfação com a OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D2. Perceção de Satisfação com a OES	Insatisfação com a OES	Inadequação de recursos	“Não temos nada, nada, nada, ali que nos entretenha para fazermos seja o que for.”(E21)

		Comportamento inadequado de colaboradores	“Lidam com as pessoas de qualquer maneira...”(E15)
	Percepção Ambígua	Ambiguidade	“Mais ou menos satisfeita.”(E23)
	Satisfação com a OES	Atividades promovidas	“Satisfeita de cá estar, e fomos passear, que é isso que eu gosto também... Passear”(E19)
		Serviços Prestados	“Veja só isto: cortam-me as unhas, lavam-me os pés, dão-me banho, não preciso de me preocupar com roupa, nem com roupa de vestir nem com roupa de cama, poem-me comer à frente e se for preciso até me dão de comida.”(E20) “Eu gosto muito da limpeza, está tudo muito limpo, é impecável.”(E6)
		Infraestrutura	“Porque eu encontrei uma casa que é bem adaptada”(E16)
		Afabilidade dos colaboradores	“Porque as pessoas são boas para mim. Tanto falo de empregadas, como tudo, o Sr. Presidente daqui é uma pessoa do melhor para mim.”(E1)
		Convívio	“Olhe o convívio é bom, que é o principal.”(E24)
		Competência dos colaboradores	“Porque as pessoas me tratam bem, vejo tratar as pessoas bem(E14)
		Relação c/ os colaboradores	“Porque me tratam bem, e são meus amigos.”(E12)
		Segurança/Confiança	“Satisfeita. Todas as vezes que eu preciso, está ali a Dr. ^a .”(E10)
		Resposta adequada às necessidades	“Por que isto é um sítio onde a gente pode vir quando não podemos estar em casa sozinhas” (E23)
		Bem-estar	“Uma pessoa sente-se bem, sente-se satisfeita.”(E9)
		Genérica	“Tem tudo...”(E18) “Senti que estava no sítio certo, e com as pessoas certas, e continuo satisfeita” (E11) “Sim, com tudo. (...)Não há explicação.”(E8)
		Contexto pré-institucionalização	“Feliz, estou muito contente. Muito contente. Andava praticamente abandonado” (E7)

Quando questionados se se encontravam satisfeitos com a OES, e qual a justificação para a satisfação ou insatisfação dos clientes seniores, as categorias obtidas formaram as percepções modeladoras dessas considerações, assim como as unidades de registo podem ser estimadas enquanto determinantes da satisfação em causa (tabela 4; D2).

A primeira categoria da dimensão D2 reflete a insatisfação dos clientes seniores com a OES, através da inadequação dos recursos, como se visualiza na unidade de contexto “Não temos nada, nada, nada, ali que nos entretenha para fazermos seja o que for.” (E21); e através

de comportamento inadequado dos colaboradores, exemplificado pelo discurso “Lidam com as pessoas de qualquer maneira”(E15).

A segunda categoria refere-se a uma perceção de satisfação ambígua, em que o entrevistado oscila a sua opinião sem oferecer uma justificação para esta consideração, referindo apenas “Mais ou menos satisfeita.” (E23). A escolha deste critério de *ambiguidade* pautou-se pela fiabilidade e maior veracidade possível no tratamento dos dados recolhidos, não optando por encaixe deste tipo de perceção como “satisfação” ou “insatisfação”.

A terceira categoria, também a mais referida e com uma maior diversidade de unidades de registo obtidas, relaciona-se com a satisfação dos entrevistados com a OES, passando esta pelas seguintes unidades de registo:

- Atividades promovidas - “Satisfeita de cá estar, e fomos passear, que é isso que eu gosto também... Passear” (E19);
- Serviços prestados - “Veja só isto: cortam-me as unhas, lavam-me os pés, dão-me banho, não preciso de me preocupar com roupa, nem com roupa de vestir nem com roupa de cama, poem-me comer à frente e se for preciso até me dão de comida.” (E20);
- Infraestrutura - “Porque eu encontrei uma casa que é bem adaptada” (E16);
- Afabilidade dos colaboradores - “Porque as pessoas são boas para mim. Tanto falo de empregadas, como tudo, o Sr. Presidente daqui é uma pessoa do melhor para mim.” (E1);
- Convívio - “Olhe o convívio é bom, que é o principal.” (E24);
- Competência dos colaboradores - “Porque as pessoas me tratam bem, vejo tratar as pessoas bem” (E14);
- Relação com os colaboradores - “Porque me tratam bem, e são meus amigos.” (E12);
- Segurança/Confiança - “Satisfeita. Todas as vezes que eu preciso, está ali a Dr.^a.” (E10);
- Resposta adequada às necessidades - “Por que isto é um sítio onde a gente pode vir quando não podemos estar em casa sozinhas” (E23);
- Bem-estar - “Uma pessoa sente-se bem, sente-se satisfeita.” (E9);
- Satisfação genérica - “Tem tudo...” (E18);
- Contexto pré-institucionalização - “Feliz, estou muito contente. Muito contente. Andava praticamente abandonado” (E7).

Atendendo às variáveis aprofundadas nos questionários de Avaliação da Satisfação das Respostas Sociais (Instituto da Segurança Social, 2007b, 2010b, 2010d), verificamos a conformidade e correspondência de aspetos e determinantes tidos em consideração pelos clientes seniores entrevistados, tais como os que se relacionam com as estruturas e equipamentos.

Evidencia-se, ainda, a importância dada por estes clientes aos prestadores dos serviços, aos colaboradores da OES, sejam estes os prestadores de cuidados mais diretos ou os de cargos hierarquicamente superiores. A relação interpessoal para os seniores surge nesta investigação como um ponto fulcral a ter em consideração na satisfação destes clientes – a qualidade percebida pelos seniores aumenta e atua como um determinante da sua satisfação (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985).

Um dos fatores que mais influenciou a satisfação, e que não é apontado como um determinante de satisfação *per si*, é a relação com os colaboradores e com os restantes seniores que cada entrevistado relata. Esta relação define, em muitos dos casos, o nível de satisfação do cliente sénior com a OES e, apesar de retratada em diferentes variáveis – competência técnica, confiança, empatia, capacidade de resposta – assume uma preponderância equivalente a estas (Instituto da Segurança Social, 2007b, 2010b, 2010d).

Apreciação da limpeza e arrumação dos espaços da OES

Tabela 5 - Apreciação da limpeza e arrumação dos espaços da OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D3. Apreciação da limpeza e arrumação dos espaços da OES	Limpeza e arrumação dos espaços adequada	Excelência	“Ótima.” (E4) “(…) está tudo muito limpo, é impecável.” (E6) “Impecável.” (E7) “Ai, isto é um espetáculo. Tudo limpinho.” (E12) “Tudo do melhor.” (E18)
		Satisfação	“Eu acho bom. (...) Asseio, há.” (E2) “É tudo. Gosto de tudo.” (E5) “Boa.” (E8) “Avalio bem, sim senhora.” (E14)
	Limpeza e arrumação dos espaços inadequada	Insatisfação com a supervisão dos dirigentes	“Não está mal.(...)Melhoram mais com um acompanhamento, como lhe disse de princípio, das superiores. Mais nada. (E3)
		Recursos Humanos Insuficientes	“Não fazem mais porque não têm mais pessoal.”(E10)

Na dimensão que explora a apreciação da limpeza e arrumação dos espaços da OES (tabela 5; D3), as categorias formadas pela sistematização da informação recolhida dividiram-

se em: 1) limpeza e arrumação dos espaços adequada; e 2) limpeza e arrumação dos espaços inadequada.

Dentro do grupo que considerou a limpeza e arrumação adequada, as unidades de registo mencionadas pautaram-se pela excelência - “Ai, isto é um espetáculo. Tudo limpinho.” (E12); e pela satisfação - “Avalio bem, sim senhora.” (E14). A excelência neste contexto permite a inferência de confirmação/superação de expectativas enquanto determinantes das expectativas (Bolton & Drew, 1991; Churchill & Surprenant, 1982; Tinoco & Ribeiro, 2007).

Para a categoria relativa à limpeza e arrumação de espaços inadequada, as unidades de registo que a compõem são a insatisfação com a supervisão dos dirigentes - “Não está mal. (...) Melhoram mais com o acompanhamento, como lhe disse de princípio, das superiores. Mais nada. (E3); e os recursos humanos insuficientes - “Não fazem mais porque não têm mais pessoal.” (E10).

Esta dimensão refere-se, de uma forma mais específica, à percepção que os clientes seniores têm das instalações e equipamentos, cuja avaliação influencia diretamente o nível de satisfação com a OES (Instituto da Segurança Social, 2007b, 2010b, 2010d; Yelkur, 2000).

Perceção de conforto das instalações da OES

Tabela 6 - Perceção de conforto das instalações da OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D4. Perceção de conforto das instalações da OES	Instalações confortáveis	Muito conforto	“Muito confortáveis.”(E20)
		Conforto	“(...)acho que são confortáveis.”(E21) “São.”(E19) “Sim, sim.”(E17) “Sim, são.”(E13) “Acho que é confortável.”(E9)
		Conforto relativo	“Não digo que sejam a 100%, mas são mais de 50% boas.”
	Perceção ambígua	Avaliação Ambígua	“Mais ou menos.”(E22)

De acordo com o conteúdo obtido na resposta à pergunta “Considera as instalações confortáveis?” (tabela 6; D4), o discurso dos entrevistados categorizou-se em: 1) instalações confortáveis e 2) percepção ambígua.

A primeira categoria apresenta como unidades de registo: muito conforto - “Muito confortáveis.” (E20); conforto - “Acho que é confortável.” (E9); conforto relativo - “Não digo que sejam a 100%, mas são mais de 50% boas.” (E14).

A segunda categoria exprime uma percepção ambígua de conforto, observável na unidade de contexto: “Mais ou menos.” (E22).

O conforto enquanto variável na determinação da satisfação dos clientes seniores implica não só a prestação do serviço, mas principalmente as estruturas e equipamentos utilizados pela OES na resposta social Centro de dia e/ou fatores tangíveis das ERPI (Instituto da Segurança Social, 2007b, 2010b).

O conforto também pode surgir como característica a ter em conta no que respeita à qualidade de vida do idoso institucionalizado, não só pelas dimensões de saúde mas também de uma integração e inclusão num espaço e rotinas diferentes dos da sua residência. O conforto pode atuar como um atenuador da separação e saída da sua casa e do seio familiar do cliente sénior (Almeida & Rodrigues, 2008).

Perceção de satisfação com o desempenho dos colaboradores na prestação dos serviços da OES

Tabela 7 - Perceção de satisfação com o desempenho dos colaboradores na prestação dos serviços da OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D5. Perceção de Satisfação com o desempenho dos colaboradores na prestação dos serviços da OES	Satisfação com o desempenho	Satisfação	“Estou satisfeita.”(E2) “Sim.” (E3) “Penso que prestam um bom serviço.”(E4) “Sim, sim, são todos bons.”(E6) “Sim, também, também. Está tudo aseado, está tudo arrumado, tudo limpo, tudo arranjado.”(E9)
		Excelência	“Excelente. Em tudo.”(E11)
	Relação com os colaboradores	Amizade dos colaboradores	“São todos, todos amigos, exteriormente todos nossos amigos, todos satisfazem e... Não fazem mais porque não podem.”(E12) “Sim. Elas são nossas amigas.” (E21)
	Sentimentos	Contentamento	“Estou, estou. Muito contente.”(E7)
	Perceção de satisfação ambígua	Avaliação ambígua	“Sim, mais ou menos.”(E22)

O desempenho dos colaboradores na prestação de serviços de OES foi avaliada pelos respondentes de acordo com critérios subjetivos, tendo em conta o que, para cada um, é mais determinante na percepção de satisfação. Nesta dimensão (tabela 7; D5), as categorias resultantes do agrupamento das unidades de registo são referentes a: satisfação com o desempenho, relação com os colaboradores, sentimentos e percepção de satisfação ambígua.

Dentro da categoria de satisfação com o desempenho dos colaboradores estão reunidas a satisfação - “Penso que prestam um bom serviço.” (E4) – e a excelência - “Excelente. Em tudo.” (E11).

A relação com os colaboradores também foi um dos critérios de apreciação do desempenho tido como determinante, e foi expressa através da relação de amizade entre o cliente e o colaborador: “Sim. Elas são nossas amigas.” (E21).

O sentimento descrito para revelar a satisfação com os colaboradores pelos clientes seniores entrevistados foi o contentamento - “Estou, estou. Muito contente.” (E7). O contentamento, enquanto sentimento positivo (Runa & Miranda, 2015), permite a inferência da satisfação com o desempenho dos colaboradores.

A percepção de satisfação ambígua denota uma avaliação incerta e oscilante entre a satisfação e a insatisfação - “Sim, mais ou menos.”(E22) – pelo que se manteve essa ambiguidade na categorização e análise.

Um dos aspetos a relevar na forma como os clientes seniores sentem a satisfação com o desempenho dos colaboradores na prestação de serviços é a da relação gerada entre ambos. A empatia, a comunicação e a confiança são condicionantes desta relação e, consequentemente, da satisfação do cliente (Instituto da Segurança Social, 2007b, 2010b).

O exceder de expectativa, que se pode inferir pela excelência expressa, é outro dos determinantes explícitos na literatura revista e nas investigações da área (Bolton & Drew, 1991; Churchill & Surprenant, 1982; Tinoco & Ribeiro, 2007).

Apreciação das refeições na OES

Tabela 8 – Apreciação das refeições na OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D6. Apreciação das Refeições na OES	Perceção de Satisfação com as refeições	Excelência	“Impecáveis. Impecáveis.”(E7) “Boas, espetacular”(E8)
		Satisfação	“As refeições também são boas.”(E19) “(…)normalmente o comer é bom.”(E18) “São boas.”(E13) “Então as refeições têm sido boas.”(E12)
		Familiaridade	“As refeições aqui na OES são exatamente como eram na minha casa. As refeições são boas, a comida é boa, limpinha, gostosa, é tudo bom.”(E20) “As refeições é como na nossa casa.”(E11) “Assim como se fosse na nossa casa, é uma comida caseira”(E9)
	Perceção Ambígua	Avaliação Ambígua	“Umaz vezes melhor, outras vezes mais ruim, olhe... Mas então vai andando conforme o jeito que vão fazendo”(E24)

			<p>“Isso mais ou menos, às vezes são assim um bocado difíceis e antes era dieta, mas muitas vezes não era dieta.”(E22)</p> <p>“As refeições uns dias estão boas, outros estão más.”(E21)</p> <p>“Umás vezes são melhores, por vezes são piores que na nossa casa.”(E17)</p>
	Perceção de Insatisfação com as refeições	Insatisfação	<p>“(…)geralmente é mais para pior do que para melhor.”(E6)</p> <p>“Más. A comida pode ser a mesma coisa que é, mas não tem um bocadinho de conforto, não tem aquele... A mãozinha que é precisa da boa cozinheira.”(E3)</p>

A apreciação das refeições feita a partir da questão “Como avalia as refeições?” (tabela 8; D6), permitiu a formação de três categorias: percepção de satisfação com as refeições; percepção ambígua; percepção de insatisfação com as refeições.

A primeira categoria apresenta como unidades de registo: a excelência - “Impecáveis. Impecáveis.” (E7); a satisfação “Então as refeições têm sido boas.” (E12); e a familiaridade, pela semelhança e comparação feita à casa do sénior (residência/domicílio) anterior à institucionalização - “As refeições aqui na organização são exatamente como eram na minha casa. As refeições são boas, a comida é boa, limpinha, gostosa, é tudo bom.” (E20).

A percepção ambígua advém da avaliação do entrevistado que não é categorizável como satisfação nem como insatisfação - “Umás vezes melhor, outras vezes mais ruim, olhe... Mas então vai andando conforme o jeito que vão fazendo” (E24).

A segunda categoria que surgiu da análise do conteúdo foi a de insatisfação com as refeições, ilustrada pela unidade de contexto - “Más. A comida pode ser a mesma coisa que é, mas não tem um bocadinho de conforto, não tem aquele... A mãozinha que é precisa da boa cozinheira.” (E3).

A característica da familiaridade, apontada pelos entrevistados, realça a pertinência da manutenção dos hábitos e rotinas tidas na residência e vida do sénior anteriores à institucionalização, podendo facilitar não só a integração do sénior e, conseqüentemente, a sua qualidade de vida, como a sua satisfação enquanto cliente com características específicas que têm de ser atendidas de forma a gerar satisfação com a OES (Freitas, 2015; Lobo et al., 2014).

Apreciação dos cuidados de higiene e imagem prestados pela OES

Tabela 9 - Apreciação dos cuidados de higiene e imagem prestados pela OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D7. Apreciação dos cuidados de	Cuidados de higiene e	Satisfação	<p>“(…)se eu precisar elas ajudam-me.”(E1)</p> <p>“Quando peço(...) Elas ajudam-me”(E2)</p>

higiene e imagem prestados pela OES	imagem adequados		“É tudo. Tudo bom.”(E5) “Os serviços são bons.”(E12) “É tudo bem, tudo...”(E18)
		Excelência	“É um serviço de cinco estrelas.”(E4) “Impecáveis.”(E7) “Por mim, são excelentes.”(E11)
	Cuidados de higiene e imagem inadequados	Recursos Humanos Insuficientes	“Faz muita falta é funcionários. São muito poucas.”(E6)
		Insatisfação com o desempenho de colaboradores	“Não...às vezes é demais, outras vezes é de menos.”(E15)
	Percepção ambígua	Avaliação ambígua	“Mais ou menos também, mais ou menos dentro dos possíveis.”(E22)
	Serviços não aplicáveis	Autonomia	“Não sei, ainda estou... Não tomo banho cá.”(E10) “Portanto isso é coisas que não se passam comigo, mas passam com as outras pessoas”(E14) “Eu, por exemplo ainda vou à casa-de-banho.”(E21)

A dimensão que explora a apreciação dos cuidados de higiene e imagem prestados pela OES (tabela 9; D7) engloba quatro categorias: cuidados de higiene e imagem adequados; cuidados de higiene e imagem inadequados; percepção ambígua; e, por último, serviços não aplicáveis.

Dentro da primeira categoria citada, em que os serviços em causa foram considerados adequados, as unidades de registo que se agruparam foram a satisfação - “Os serviços são bons.”(E12) -, e a excelência - “É um serviço de cinco estrelas.”(E4).

Os cuidados de higiene e imagem foram considerados inadequados pelos recursos humanos se mostrarem insuficientes (“Faz muita falta é funcionários. São muito poucos.”; E6) e pela insatisfação com o desempenho de colaboradores - “Não...às vezes é demais, outras vezes é de menos.” (E15).

Foi referida também uma percepção ambígua: “Mais ou menos também, mais ou menos dentro dos possíveis.” (E22).

A última categoria abrange os seniores entrevistados que não utilizam/necessitam deste tipo de serviços, sendo a unidade de registo afeta a esta categoria a autonomia - “Portanto isso são coisas que não se passam comigo, mas passam com as outras pessoas” (E14).

Como fatores menos positivos emergem a inadequação dos recursos humanos da OES e a falta de capacidade de resposta da OES perante às necessidades dos seus clientes (Instituto da Segurança Social, 2007b, 2010b, 2010d).

Realçam-se a competência técnica e a excelência como fatores de confirmação/superação de expectativas, assim como de qualidade percebida (Bolton & Drew, 1991; Churchill & Surprenant, 1982; Tinoco & Ribeiro, 2007; Zeithaml, 1988).

Apreciação do apoio e cuidados de saúde prestados pela OES

Tabela 10 - Apreciação do apoio e cuidados de saúde prestados pela OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D8. Apreciação do apoio e cuidados de saúde prestados pela OES	Apoio e cuidados de saúde adequados	Satisfação com apoio e cuidados de saúde	<p>“É bom.”(E24)</p> <p>“Naquilo que elas podem, elas fazem o melhor. Elas fazem o melhor.”(E21)</p> <p>“Prestam, isso prestam apoio, passam-me as receitas e as funcionárias aquilo que eu não seja capaz de fazer elas é que me dão os comprimidos. Fazem-me tudo.”(E20)</p> <p>“Tudo. Tudo à hora. Temos os comprimidos às horas. Temos o que for preciso, está tudo à hora.”(E19)</p> <p>“Sim, sim.”(E17)</p> <p>“Até à data tem. Sempre.”(E12)</p>
	Apoio e cuidados de saúde inadequados	Insatisfação com apoio e cuidados de saúde	<p>“Mais ou menos também, mais para o menos.”(E22)</p> <p>“Para mim não é grande coisa.”(E6)</p>

A dimensão de apreciação do apoio dado à saúde e respetivos cuidados pelos serviços da OES (tabela 10; D8) pode ser um fator-chave para transmitir confiança e segurança nos momentos de maior vulnerabilidade e fragilidade do cliente sénior, assim como avaliar a competência técnica e capacidade de resposta da OES às necessidades e especificidades da pessoa sénior (Instituto da Segurança Social, 2007b).

Também na ética de trabalho e objetivos das respostas sociais de ERPI e de Centro de Dia, a prestação destes serviços de forma competente e satisfatória para o cliente surge como uma prioridade uma vez que pretendem promover a qualidade de vida do sénior, prestar serviços que se adequem às problemáticas biopsicossociais dos seniores de forma permanente e estabilizar o processo de envelhecimento (Instituto da Segurança Social, 2007a).

Investigações passadas demonstraram que o aumento do número de morbididades é um influenciador da qualidade de vida do sénior, especialmente no que toca à capacidade funcional do indivíduo (Campolina, Dini & Ciconelli 2011).

Face ao exposto, esta dimensão surge com especial pertinência não só para descrever a perceção do sénior face a este serviço específico, como para perceber a atuação deste fator na satisfação do cliente sénior e a sua repercussão na qualidade de vida.

As categorias representam duas percepções antagónicas - uma em que os entrevistados consideram o apoio e cuidados de saúde adequados, e outra em que o apoio e cuidados não são adequados.

Dentro da categoria que explora a adequação confirmada no âmbito em causa, a unidade de registo que a compõe é a de satisfação com o apoio e cuidados de saúde - “Prestam, isso prestam apoio, passam-me as receitas e as funcionárias aquilo que eu não seja capaz de fazer elas é que me dão os comprimidos. Fazem-me tudo.” (E20).

Na categoria que considera este serviço inadequado, surge a unidade de registo de insatisfação com o apoio e cuidados de saúde - “Para mim não é grande coisa.” (E6).

Perceção de satisfação com o apoio às Atividades de Vida Diária da OES

Tabela 11 - Perceção de Satisfação com o apoio às Atividades de Vida Diária da OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D9. Perceção de Satisfação com o apoio às atividades de Vida Diária da OES	Satisfação com o apoio às atividades de Vida Diária	Satisfação	“Sim.”(E1) “Sinto.”(E5) “Sim, senhor.”(E8) “Sim, sinto satisfeita também.”(E9) “Eu sinto. A mim tratam-me bem.”(E10) “Sinto sim senhora.”(E16)
		Bem-estar	“Eu sinto-me bem.”(E2) “Eu sinto-me bem, graças a Deus.”(E12)
		Satisfação superlativa	“Muito, muito satisfeito.”(E7) “Estou muito satisfeito, sim senhora.”(E14) “Muito satisfeito. Muito satisfeito.”(E20)
	Perceção de satisfação ambígua	Avaliação ambígua	“Podia ser melhor”(E21) “Às vezes, outras vezes não.”(E22)

Relativamente à percepção de satisfação com o apoio às atividades de vida diária fornecidas pelas OES (tabela 11; D9), o conteúdo obtido subdividiu-se pela satisfação com esse serviço e pela percepção ambígua face ao mesmo.

Dentro desta dimensão, a primeira categoria referida ramifica-se em três unidades de registo: 1) satisfação - “Sim, senhor.” (E8); 2) bem-estar - “Eu sinto-me bem, graças a Deus.” (E12); e 3) satisfação superlativa - “Estou muito satisfeito, sim senhora.”(E14). O bem-estar surge como sentimento positivo (Runa & Miranda, 2015) inferindo satisfação, e a satisfação superlativa infere, também o exceder da expectativa e uma valorização da qualidade percebida pelo cliente (Bolton & Drew, 1991; Melo, 2015; Parasuraman et al., 1985).

A categoria que exprime a percepção ambígua, à semelhança da análise de dimensões anteriores, surge da posição dúbia do entrevistado face à questão feita - “Às vezes, outras vezes não.” (E22).

As atividades de vida diária constituem a rotina quotidiana que a OES estipula com o cliente dentro da resposta social em que está inserido. Pressupondo o tempo de integração, pode atuar como uma das formas de minimizar a alteração de hábitos anteriores da pessoa institucionalizada, e, como tal, contribuir para a qualidade de vida percebida pelo indivíduo sénior. Tal como expresso anteriormente, os objetivos destas estruturas sociais para responder às necessidades dos seniores passam exatamente por não só promover a qualidade de vida, como as estratégias de reforço de autoestima e de autonomia para a organização das atividades de vida diária (Instituto da Segurança Social, 2007a).

Também, pelas razões apontadas, se apresenta como um potenciador da satisfação do cliente sénior – por esse facto se releva a ausência de uma insatisfação total com este serviço (Boshoff & Gray, 2004; Instituto da Segurança Social, 2007a, 2007b, 2010b, 2010d).

Frequência de participação em atividades de animação da OES

Tabela 12 - Frequência de participação em atividades de animação da OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D10. Frequência de Participação em atividades de animação da OES	Participação assídua em atividades planeadas pela OES	Participação assídua	“Sim.” (E19) “Sim, sim.”(E17) “Sim, senhor.”(E8) “Sim. Convidam-me sempre.”(E7) “Tudo.”(E5) “Sim. Isso é sempre. Se me tirarem isso, tiram-me a vida.”(E3) “Sim, senhora.”(E1)
		Participação assídua condicionada à escassez de atividades	“Sempre. São é poucas.”(E6) “Tem sido muito pouco desde que eu cá estou, também. Não participei assim ainda em muita coisa.”(E9) “Sim, mas há poucas. Mas de qualquer das maneiras vou.”(E22)
	Participação esporádica em atividades planeadas pela OES	Participação condicionada	“Só quando não posso é que não vou.” (E20) “Sim, naquilo que eu posso, e que eu...”(E18) “Sim, sim, sempre que posso.”(E11) “Algumas. Agora não tenho, mas algumas tenho colaborado.”(E24) “Não todas. Mas gosto. E algumas vejo e farto-me de rir.” (E10) “É poucas vezes.”(E2) “Sim, quase sempre.”(E16)
	Ausência de participação em	Inexistência de atividades	“Mas o que é que há? Não há nada.”(E21)

	atividades planeadas pela OES		
--	--------------------------------------	--	--

Quando questionados “Costuma participar nas atividades planeadas pela Organização?”, o conteúdo recolhido nas respostas dos entrevistados (tabela 12; D10) demonstrou três variantes: participação assídua em atividades de animação; participação esporádica em atividades; e ausência de participação nestas atividades.

A primeira categoria agrupa duas unidades de registo. A primeira é referente à participação assídua - “Sim. Isso é sempre. Se me tirarem isso, tiram-me a vida.” (E3). A segunda unidade de registo alude à participação assídua condicionada à escassez de atividades, ou seja, entrevistados que sentiram a necessidade de verbalizar que apesar de irem a todas as atividades, consideram que estas não são suficientes: “Sempre. São poucas.” (E6).

A participação esporádica nas atividades de animação da OES constitui uma categoria com uma única unidade de registo respeitante a uma participação condicionada. Os seniores expressaram que costumavam participar em algumas atividades, mas não todas, devido a uma qualquer condição nem sempre especificada (limitações de saúde, interesse na atividade, sobreposição de atividades, entre outras) - “Só quando não posso é que não vou.” (E20).

A ausência de participação em atividades de animação planeadas pela OES não surge pela vontade de não participar dos entrevistados, mas pela inexistência de atividades nas quais os seniores possam participar (unidade de registo obtida). Este aspeto é ilustrado pela unidade de contexto: “Mas o que é que há? Não há nada.” (E21).

As atividades de animação desempenham um papel importante na vertente de desenvolvimento pessoal – uma das bases de trabalho e objetivos das respostas sociais em causa: desenvolvimento de atividades de participação social, interação familiar e com a comunidade e promoção de estratégias de reforço de autoestima e de autonomia (Instituto da Segurança Social, 2007a).

Perceção de satisfação com as atividades de animação da OES

Tabela 13 - Perceção de satisfação com as atividades de animação da OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D11. Perceção de Satisfação com as atividades de	Satisfação com as atividades de animação	Satisfação	“Estou satisfeito.”(E20) “Estou satisfeita. Gosto, sim senhor.”(E19) “Estou.”(E16) “Sim, sim.”(E15)

animação da OES		Satisfação superlativa	“Muito, muito, muito, muito.”(E12) “(…) estou muito satisfeita.”(E9) “Tudo.”(E7)
	Perceção de satisfação ambígua	Avaliação ambígua	“Quer dizer... Mais ou menos. É sair fora, e isso mas...”(E24)
	Insatisfação com as atividades de animação	Insatisfação	“Queria melhor.” (...) Não.”(E22) “Não, porque aquilo é um depósito de velhos.”(E21)

Para além da frequência de participação em atividades de animação promovidas pela resposta social da OES onde estão inseridos, pretende-se descrever a perceção de satisfação com estas atividades.

Nesta dimensão (tabela 13; D11), surgem como categorias: a satisfação com as atividades de animação; a perceção de satisfação ambígua; e a insatisfação com as atividades de animação.

Dentro da primeira categoria citada, englobam-se as unidades de registo de satisfação - “Estou satisfeita. Gosto, sim senhor.” (E19); e de satisfação superlativa - “Muito, muito, muito, muito.” (E12). Mais uma vez, e sendo a estrutura de algumas questões semelhante, a estrutura obtida apresenta-se semelhante às dimensões anteriores. A satisfação e a satisfação superlativa sugerem a presença de determinantes de satisfação, tais como a confirmação de expectativas e a qualidade percebida (Bolton & Drew, 1991; Churchill & Surprenant, 1982; Parasuraman et al., 1985; Tinoco & Ribeiro, 2007).

A perceção de satisfação ambígua é ilustrada pela unidade de contexto “Quer dizer... Mais ou menos. É sair fora, e isso mas...” (E24). O entrevistado refere a atividade de animação enquanto atividade realizada no exterior, porém, mostra algumas reservas quanto a estas atividades.

A insatisfação com as atividades de animação advém do facto de 1) não existirem, como expresso na dimensão 10 (anexo 3; tabela 10; D10) ou 2) existirem e não satisfazerem o cliente: “Queria melhor.” (...) Não.” (E22).

As atividades de animação concorrem para a execução do plano individual de cada cliente sénior, e deverá atender às suas necessidades e interesses – é uma força motriz do envelhecimento ativo e da qualidade de vida sénior. O estudo das apreciações do cliente face a estas atividades permite o esclarecimento da confirmação, ou não, de expectativas e da qualidade percebida pelo cliente face à OES.

8.2 Perceção de satisfação com a saúde do cliente sénior e perceção de qualidade de vida pós-institucionalização

Perceção de satisfação com a saúde

Tabela 14 - Perceção de satisfação com a saúde

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D12. Perceção de satisfação com a saúde	Insatisfação com a saúde	Problemas de saúde	“O pior é a minha saúde, é só problemas na perna, de vesícula, e sei lá que mais, é uma chatice.” (E22) “Com a minha saúde mais ou menos.”(E21) “Aí é que já não.”(E20) “A minha saúde não”(E15) “Não. Com a minha saúde não.”(E14) “Ah, a minha saúde é que é o pior.”(E6)
		Satisfação	“Vou indo satisfeito. Deus Nosso Senhor agora está-me a dar uma rijeza zinha.”(E1) “Sinto.”(E19) “Sim.”(E18) “Sim, senhor.”(E8) “Sinto-me satisfeita”(E9) “Por enquanto...”(E2)
	Bem-estar	“Sinto-me bem comigo própria.” (E11) “Estou bem.”(E4)	

A saúde é um dos tópicos centrais para qualidade de vida e bem-estar do indivíduo, principalmente no indivíduo sénior, que apresenta maior propensão para morbididades e fragilidades a este nível (Campolina et al., 2011).

Relativamente à perceção de satisfação com a saúde, estudada pela dimensão 12 (tabela 14, D12), as categorias dividiram-se em 1) insatisfação com a saúde e 2) satisfação com a saúde.

Na categoria que explora a insatisfação com a saúde, a unidade de registo que a compõe, é também a causa para insatisfação, são os problemas de saúde (explicitados ou não) de cada entrevistado: “O pior é a minha saúde, é só problemas na perna, de vesícula, e sei lá que mais, é uma chatice.” (E22).

A categoria da satisfação do sénior com a sua saúde surgiram duas unidades de registo a satisfação - “Vou indo satisfeito. Deus Nosso Senhor agora está-me a dar uma rijeza zinha.” (E1); e o bem-estar – “Sinto-me bem comigo própria.” (E11).

Qualidade de vida pós-institucionalização

Tabela 15 - Qualidade de vida pós-institucionalização

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D13. Qualidade de vida pós-institucionalização	Percepção de melhoria de qualidade de vida	Convívio/acompanhamento	<p>“Porque aqui estou mais com pessoas, estou mais com... tenho aqui mais convivência do que eu tinha lá do meu lado.(...) Melhorou um bocadinho.”(E2)</p> <p>“(...)cheguei à conclusão que é melhor estar aqui do que estar sozinha em casa. Sem dúvida nenhuma.”(E9)</p> <p>“Eu estou melhor, porque aqui em casa estou sozinha. (...)E lá estou acompanhada. Pelo menos estou acompanhada.”(E21)</p>
		Melhoria da qualidade de vida	<p>“Se calhar é a minha sorte é estar ligado à OES. (...) se não estivesse aqui estava pior”(E14)</p> <p>“Sinto melhor, estou melhor.”(E19)</p>
		Excelência dos serviços prestados	<p>“Muito melhor daquilo que eu andava. (...) consegui vir parar aqui à OES, e jogaram-me a mão da bondade e cá estou, satisfeito, muito feliz.”(E7)</p> <p>“É muito melhor, sou atendido...muito mais que em minha casa. Aqui como a horas, tomo as refeições a horas, tomo os medicamentos a horas, vou descansar nas devidas condições, pronto... melhor do que isto não pode ser.”(E20)</p>
		Segurança/confiança	<p>“(...) se for preciso alguma coisa, ou a Dr.^a ou o meu médico, “Diga lá o que é que quer”... Pronto, está tudo bem comigo. (...) Melhorou, melhorou... Muito, muito mesmo”</p>
	Percepção de satisfação com a qualidade de vida	Satisfação com a qualidade de vida	<p>“É boa.” (E3)</p> <p>“É boa.” (E4)</p> <p>“Sim, boa” (E13)</p>
		Bem-estar	<p>“Encontro-me bem.” (E5)</p> <p>“Bem. Bem da vida.” (E8)</p> <p>“Bem” (E17)</p>
		Satisfação com os serviços prestados	<p>“Avalio bem porque sou bem tratado.” (E16)</p>
	Qualidade de vida sem alterações	Ausência de alterações sentidas	<p>“É igual. É, é. É igual.” (E1)</p> <p>“Olhe o mesmo género que antigamente.”(E22)</p> <p>“Eu vim para aqui porque eu não podia andar muito. Agora, hoje, estou nas mesmas condições... Mais ou menos, olhe.”(E24)</p>
	Percepção de declínio da	Institucionalização	<p>“Para pior. Porque eu estava na minha casa, estava diferente, não é?” (E6)</p>

	qualidade de vida		
--	--------------------------	--	--

A dimensão 13 (tabela 15; D13) pretende descrever as perceções de qualidade de vida dos entrevistados após terem sido integrados em respostas sociais de OES. De acordo com o conteúdo obtido, surgiram posições/posturas diferentes quanto à mesma: o discurso variou entre 1) a comparação da qualidade de vida anterior e posterior à institucionalização e 2) a perceção de qualidade de vida atual sem comparação com a anterior.

São quatro as categorias obtidas nesta dimensão, e pautam-se por: perceção de melhoria de qualidade de vida; perceção de satisfação com a qualidade de vida; perceção de qualidade de vida sem alterações; e perceção de declínio da qualidade de vida.

A perceção de melhoria da qualidade de vida pela institucionalização foi expressa através das unidades de registo: convívio/acompanhamento - “Porque aqui estou mais com pessoas, estou mais com... tenho aqui mais convivência do que eu tinha lá do meu lado.(...) Melhorou um bocadinho.” (E2); melhoria da qualidade de vida (sem nenhuma justificação descrita) - “Se calhar é a minha sorte é estar ligado à OES. (...) se não estivesse aqui estava pior” (E14); excelência dos serviços prestados - “É muito melhor, sou atendido...muito mais que em minha casa. Aqui como a horas, tomo as refeições a horas, tomo os medicamentos a horas, vou descansar nas devidas condições, pronto... melhor do que isto não pode ser.” (E20); e pela segurança/confiança sentida pelo entrevistado - “se for preciso alguma coisa, ou a Dr.^a ou o meu médico: “- Diga lá o que é que quer”. (...) Melhorou, melhorou... Muito, muito mesmo”.

A perceção de satisfação com a qualidade de vida enquanto categoria apresentou como unidades de registo a satisfação com a qualidade de vida (“É boa.”; E4), o bem-estar (“Encontro-me bem.”; E5) e a satisfação com os serviços prestados (“Avalio bem porque sou bem tratado.”; E16).

A qualidade de vida sem alterações surge pela ausência de alterações sentidas pela institucionalização do sénior, como ilustrado pela unidade de contexto - “Olhe o mesmo género que antigamente.” (E22).

A última categoria referida, relacionada com o declínio da qualidade de vida, justifica-se pela institucionalização em si, uma vez que o processo de saída da sua rede familiar, social, de rotinas e hábitos diários e da sua própria identidade e personalidade antes da institucionalização influencia diretamente a qualidade de vida do sénior institucionalizado (Almeida & Rodrigues, 2008) - “Para pior. Porque eu estava na minha casa, estava diferente, não é?” (E6).

A melhoria da qualidade de vida surge associada, nesta dimensão, à capacidade de resposta, à competência técnica, ao fator relacional interpessoal e com a segurança/confiança na entidade (Instituto da Segurança Social, 2007b, 2010b, 2010d). Esta associação pode estender-se às expectativas superadas e a uma imagem corporativa positiva, influenciadoras do nível de satisfação do cliente sénior (Bolton & Drew, 1991; Churchill & Surprenant, 1982; Parasuraman et al., 1985; Tinoco & Ribeiro, 2007; Upamannyu et al., 2015).

8.3 Contexto histórico individual de participação em experiências turísticas do cliente sénior

Experiências turísticas anteriores à integração na OES

Tabela 16- Experiências turísticas anteriores à integração na OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D14. Experiências turísticas anteriores à integração na OES	Sem experiências turísticas anteriores	Trabalho	“(…)a minha vida era trabalhar, (…)de noite e de dia”(E1); “(…)pesca – casa”(E7); “Era só trabalhar.”(E18)
		Solidão/Isolamento	“Estava sozinha.”(E2); “(…)andava sozinho na vida”(E7); “(…) porque eu estava sozinha (…).”(E23);
		Sem justificação	“Eu não ia passear, não ia a nada.”(E19);
		Limitações de saúde	“(…)tinha sempre problemas na perna(…)”(E22);
	Com experiências turísticas anteriores	Atividades Familiares	“(…)para mostrar o país aos meus filhos.”(E3); “(…)saíamos, sim, mais com as filhas(…)”(E9); “(…)a minha irmã que gostava que eu fosse com ela(…).”(E13);
		Atividades de Lazer	“(…) era mais passear(…)”(E9); “(…)a gente ia para a borga(…).”(E10); “Fazer a passagem do ano.”(E13); “(…)era uma animação que a gente tinha(…)”(E16); “(…)Tudo em passeio.”(E14); “(…)eram umas férias(…)”(E21);
		Novas Experiências	“Pois, coisas novas”(E8); “(…)coisas novas... Conhecer pessoas(…).”(E9); “(…)ir conhecer, ver coisas que nunca tinha visto.”(E11); “(…)ir ver sítios que eu nunca tinha ido ver(…)”(E15); “(…)ver coisas que nunca tinha visto.”(E17); “Gostava sempre de (…) ver se via coisas melhores que aquilo que conhecia.”(E20);
		Excursões	“Às vezes havia aí excursões(…) e eu ia”(E4);

			“(…) o meu marido fazia excursões e eu acompanhava.”(E6);
		Atividades de Turismo Social	“Da Câmara de <i>Localidade</i> .”(E8); “(…)fazia as viagens dos seniores(…). Era consoante as reformas.”(E21);

A dimensão que ilustra o contexto de cada entrevistado quanto às suas experiências turísticas anteriores à integração na organização (tabela 16; D14), obteve duas categorias: sem experiências turísticas anteriores e com experiências turísticas anteriores à institucionalização.

O grupo de entrevistados que respondeu não ter experiências turísticas antes de estar ligado à organização apontou como justificações a vida profissional, ou seja, o trabalho, exemplo “a minha vida era trabalhar, (...) de noite e de dia” (E1); a solidão/isolamento - “andava sozinho na vida” (E7); limitações de saúde - “tinha sempre problemas na perna”(E22); e a afirmação de não ter tido experiências sem justificação - “Eu não ia passear, não ia a nada.”(E19).

Relativamente à categoria relativa aos seniores que tiveram experiências turísticas, as experiências realizadas e as motivações para o turismo constituíram as diferentes unidades de registo, sem critério de distinção pelos próprios entrevistados: atividades familiares - “para mostrar o país aos meus filhos.” (E3); atividades de lazer - “eram umas férias” (E21); novas experiências - “Gostava sempre de (...) ver se via coisas melhores que aquilo que conhecia.” (E20); excursões - “Às vezes havia aí excursões(...) e eu ia” (E4); atividades de turismo social - “fazia as viagens dos seniores (...). Era consoante as reformas.” (E21).

Experiências turísticas posteriores à integração na OES

Tabela 17 - Experiências turísticas anteriores à integração na OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D15. Experiências turísticas posteriores à integração na OES	Projeto Volta Já	Projeto Volta Já	“Agora com esse(...).(…) Nunca saí daqui.”(E1); “(…)fomos a (...) <i>Localidade de mobilidade</i> .”(E4); “Só ir à <i>Localidade de mobilidade</i> .”(E6); “(…) daqui de <i>OES</i> fomos à <i>Localidade de mobilidade</i> .”(E7); “(…) lá à <i>Localidade de Mobilidade</i> . Foi a única.”(E8); “(…) foi a <i>Localidade de mobilidade</i> (...)”(E9).
	Experiências turísticas exclusive Projeto Volta Já	Atividades não discriminadas	“(…) eu estava sempre fechada em casa e agora já vou ver alguma coisa mais.”(E2); “Já fomos a várias(...)”(E12);

			“(…) já fiz (…) estas e outras.”(E16); “Temos ido a muitas bandas(…)”(E19);
		Atividades percecionadas como experiências turísticas	“(…) fomos à FIL.”(E2); “(…) uma esplanada, ver uma praia...”(E5); “(…) foi uma ao norte e foi a de vocês(…)”(E13); “(…) Fátima, fui a Sesimbra(…)”(E17); “(…) fomos a Fátima.”(E23); “(…)a Fátima (...) outros concelhos(…).”(E20); “(…)a Fátima,(...) uma voltinha a um bailarico (...).”(E23);
		Turismo Social Balnear	“(…) passear à praia(…) tudo pelo INATEL.”(E10);

Após a integração na resposta social para pessoas idosas da OES, as experiências turísticas usufruídas pelos seniores (tabela 17; D15), basearam-se 1) na experiência proporcionada pelo Projeto Volta Já e 2) Experiências turísticas fora do Projeto Volta Já.

Na primeira categoria a unidade de registo foi o próprio Projeto Volta Já e como unidades de contexto extraiu-se como exemplos: “lá à *Localidade de Mobilidade*. Foi a única.” (E8), “foi a *Localidade de mobilidade*” (E9).

Na segunda categoria as unidades de registo foram atividades não discriminadas - “Já fomos a várias.” (E12); “ já fiz (...) estas e outras.” (E16); atividades percecionadas como experiências turísticas - “a Fátima,(...) uma voltinha a um bailarico.” (E23), “fomos à FIL.” (E2); e turismo social balnear - “passear à praia (...) tudo pelo INATEL.” (E10).

Observando os resultados das dimensões **D14** e **D15**, releva-se a importância de: a) existirem seniores que até à integração na OES não tinham usufruído de experiências turísticas, sendo que a instituição conseguiu suprir essa lacuna; b) existirem seniores com experiências turísticas anteriores à integração na OES, mas cuja única experiência turística que realizaram na instituição foi a promovida pelo Projeto Volta Já.

A estas duas considerações, acrescenta-se, ainda, o facto de existirem nesta investigação seniores cuja única experiência turística da sua vida (anterior e posterior à sua institucionalização) foi o intercâmbio promovido pelo Projeto Volta Já. As causas para estas ocorrências, de acordo com os resultados, prendem-se com problemas económicos, sociais (isolamento/solidão) tal como verificamos em Morgan et al. (2015), e de saúde, corroborando a pertinência do turismo social para esta população e confirmando os seus benefícios para com os seniores incluídos em programas deste âmbito (Eusébio et al. 2017; Minnaert et al. 2011).

A entrevista mostrou-se particularmente pertinente para os tópicos acima mencionados, uma vez que permitiu a livre expressão dos entrevistados e realçou a importância – de forma explícita – da experiência promovida pelo projeto *Volto Já* na vida destas pessoas.

8.4 Impacto das experiências turísticas na qualidade de vida do sénior

Perceção de impacto das experiências turísticas na qualidade de vida

Tabela 18 - Perceção de impacto das experiências turísticas na qualidade de vida

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D16. Perceção de impacto das experiências turísticas na qualidade de vida	Impacto Físico	Alterações físicas sentidas	“Cabeça e o corpo. Sinto-me melhor.”(E1);
	Impacto Emocional	Bem-estar	“Mais bem disposta.”(E3) “(…)bem disposta e coisa.”(E5) “Sente-se bem porque participou.”(E11);
		Descontração	“Aqui não sou assim muito brincalhona, mas às vezes lá por fora lá me deslargo um bocadinho.”(E2);
		Alegria	“Fico mais alegre.”(E3);
		Contentamento	“Estou sozinha e estou a pensar nessas coisas e fico...fico cheia. O meu coração fica contente.”(E15)
		Satisfação	“Mais bem satisfeito(…)”(E7);
		Estímulo	“A pessoa sair do mesmo ambiente onde está.”(E13); “Claro, a gente vai sempre enriquecendo, porque vamos sempre aprendendo, e vamos vendo coisas novas.”(E18); “Porque estamos sempre aqui sossegados e assim damos uma volta e vamos e conhecemos pessoas amigas e tudo mais.”(E22);
		Entusiasmo	“Sinto mais vivacidade(…)”(E14)
		Alívio	“A minha cabeça alivia, vai de um ritmo normal para entrar numa coisa mais nova.”(E20);
	Ausência de Impacto	Inexistência de alterações sentidas	“Igual.”(E4); “Não altera nada em mim.”(E6); “Não, mais ou menos é o mesmo.”(E16); “Não altera muito, não.”(E21); “Já não altera.”(E23);

A perceção de impacto das experiências turísticas na qualidade de vida do sénior (tabela 18; D16) para este grupo de entrevistados manifestou-se através de impacto físico, impacto emocional ou ausência de impacto.

Dentro da categoria de impacto físico sentido pelos seniores, a unidade de registo obtida respeita às alterações físicas sentidas, como se observa na unidade de contexto: “A cabeça e o corpo. Sinto-me melhor.” (E1).

A categoria de impacto emocional foi a que apresentou uma maior diversidade de unidades de registo, sendo estas: bem-estar - “Mais bem-disposta.” (E3); descontração - “Aqui não sou assim muito brincalhona, mas às vezes lá por fora lá me deslargo um bocadinho.” (E2); alegria - “Fico mais alegre.” (E3); contentamento - “Estou sozinha e estou a pensar nessas coisas e fico...fico cheia. O meu coração fica contente.” (E15); satisfação - “Mais bem satisfeito” (E7); estímulo - “Claro, a gente vai sempre enriquecendo, porque vamos sempre aprendendo, e vamos vendo coisas novas.” (E18); entusiasmo - “Sinto mais vivacidade.” (E14); alívio - “A minha cabeça alivia, vai de um ritmo normal para entrar numa coisa mais nova.” (E20).

A ausência de impacto foi expressa através de inexistência de alterações sentidas, facto observado no discurso “Não altera nada em mim.” (E6).

O impacto percebido na qualidade de vida pela participação em experiências turísticas encontra eco em estudos anteriores que expressam a influência do tempo de férias e de lazer na promoção do estímulo para a atividade física e para a interação social (Morgan et al., 2015; Quinn & Stacey, 2010).

Para os entrevistados que expressaram sentirem impacto na qualidade de vida através destas experiências, destacam-se os efeitos positivos da saída da rotina das atividades quotidianas da organização, principalmente a nível emocional. Expressões de alívio, descontração, entusiasmo e expectativa/estímulo relacionadas com a saída da rotina habitual das atividades da organização estiveram presentes no discurso da grande maioria dos entrevistados.

Há a ter em consideração que o impacto sentido pelos seniores perdurou no tempo. Aquando do momento da entrevista, posterior à experiência turística, alguns dos participantes emocionavam-se pela memória da experiência e pela oportunidade de a relembrar, mostravam-se entusiasmados e agradados por colaborar com o seu próprio relato.

Este impacto sentido a longo termo, físico ou emocional, é ilustrado pela expressão que uma das entrevistadas utilizou, ao explicar que frequentemente se recorda da mobilidade e que isso a preenche - “Estou sozinha e estou a pensar nessas coisas e fico...fico cheia” (E15). Estes dados corroboram os de estudos anteriores que aludem à duração do impacto de forma duradoura na vida dos participantes deste tipo de programa - “estudos que enfatizam a forma como os benefícios do turismo social se estendem além da experiência de férias imediata e na vida quotidiana dos participantes” (Morgan et al., 2015, p. 4).

No caso dos indivíduos que consideram a qualidade de vida enquanto conceito estritamente associado à saúde, o impacto da participação em experiências turísticas na qualidade de vida pode não ser percebido como relevante - “Então... porque o meu problema é

não ver. Se eu visse era diferente. Eu via as pessoas, eu via as coisas como devia ser...” (E21). A experiência turística *per se* não alterou a qualidade de vida deste entrevistado pelo que a percepção obtida foi categorizada como ausência de impacto.

A curta duração da experiência não permitiu que a saúde física sofresse grande impacto. Porém, os resultados nas suas vertentes psicológicas, emocionais e sociais foram relevantes, para a maioria dos entrevistados. A mobilidade inundou os seus participantes de sentimentos e emoções positivas face à experiência, a si mesmos e à organização.

Papel de uma maior incidência das experiências turísticas na qualidade de vida

Tabela 19 - Papel de uma maior incidência das experiências turísticas na qualidade de vida

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D17. Papel de uma maior incidência das experiências turísticas na qualidade de vida	Melhoria da qualidade de vida através de maior incidência de experiências turísticas	Satisfação	“Epá dá-me uma satisfação de ir aqui e ir ali.”(E1); “Porque era muito melhor, mais agradável, mesmo para andar... é melhor.”(E22);
		Estímulo	“Gostava de sair mais... Para distrair.”(E5); “Mais movimento.”(E8); “Porque gosto de ver.”(E17); “Sim. Conhecer outras pessoas.”(E21);
		Entusiasmo	“Dão vida a uma pessoa, as viagens, a atividade turística dá vida a uma pessoa.”(E14); “Quando eles quiserem mandar a gente para uma festa, assim uma passagem dessas, o meu cadáver agradece.”(E3); “Porque ia passear, ia-me divertir com eles, e isso.”(E12)
		Felicidade	“(…)sinto-me feliz a fazer as coisas.”(E6); “Porque sentia-me mais feliz ainda.”(E7);
	Qualidade de vida não dependente da incidência de experiências turísticas	Satisfação com a qualidade de vida sentida	“A qualidade de vida que eu tenho é boa.”(E4);
		Satisfação com as experiências turísticas	“(…)também todos os dias, todos os dias não pode ser.”(E11); “Olhe parece que não. A gente tem muitas atividades turísticas muito boas.”(E16); “Mas então essas viagens já chegam também.”(E19);
	Declínio da qualidade de vida através de maior incidência de experiências turísticas	Limitações de saúde	“Não, porque já não tenho saúde para isso.”(E10); “Pois, quer dizer, já não tenho essas condições.”(E23);

Quando questionados “Pensando numa melhoria da sua qualidade de vida, considera que seria importante ter mais oportunidades de usufruir de experiências turísticas e de lazer?” e “Porquê?” as respostas obtidas (tabela 19; D17), dividiram-se em três categorias diferentes: 1) melhoria da qualidade de vida através de maior incidência de experiências turísticas, 2) qualidade de vida não dependente da incidência de experiências turísticas e, por último, 3) declínio da qualidade de vida através de maior incidência de experiências turísticas.

As respostas que se englobam na primeira categoria mencionada (melhoria da qualidade de vida através de maior incidência de experiência turísticas) ramificam-se em: satisfação – “Epá dá-me uma satisfação de ir aqui e ir ali.” (E1); estímulo - “Mais movimento.” (E8); entusiasmo - “Dão vida a uma pessoa, as viagens, a atividade turística dá vida a uma pessoa.” (E14); e felicidade - “Porque sentia-me mais feliz ainda.” (E7).

Na categoria obtida que reúne as respostas que sugerem que a qualidade de vida não está dependente de uma maior incidência de experiências turísticas, as unidades de registo subordinam-se a dois temas. O primeiro é a satisfação com a qualidade de vida sentida, observada com a unidade de contexto “A qualidade de vida que eu tenho é boa.” (E4). O segundo tema é a satisfação com as experiências turísticas que os entrevistados já têm, ilustrada pela resposta “Olhe, parece que não. A gente tem muitas atividades turísticas muito boas.” (E16).

A terceira, e última, categoria desta dimensão demonstra que com uma maior incidência de experiências turísticas, a qualidade de vida poderia sofrer um declínio. A única unidade de registo integrante desta categoria diz respeito às limitações de saúde - “Não, porque já não tenho saúde para isso.” (E10).

A dimensão do “Papel de uma maior incidência de experiências turísticas na qualidade de vida” do sénior permite inferir que a qualidade de vida aumenta pelas emoções e sentimentos de satisfação individual, estímulo, entusiasmo e felicidade com uma maior incidência de atividades turísticas.

A saúde é um dos principais aspetos que dita as diferentes perceções obtidas. Surge como constrangimento para a participação em programas de turismo social, tornando-se uma vulnerabilidade que dita o aumento ou a diminuição da qualidade de vida com a frequência de atividades turísticas, tal como evidenciado no estudo de Eusébio et al. (2017).

8.5 Apreciação da participação em programa de turismo social – o caso do Projeto Volta Já

Apreciação dos colaboradores da OES-parceira durante o intercâmbio sénior

Tabela 20 - Apreciação dos colaboradores da OES-parceira durante o intercâmbio sénior

Dimensão	Categoria	Unidades de Registro	Exemplos de Unidades de Contexto
D19. Apreciação dos colaboradores da OES-parceira durante o intercâmbio sénior	Características do sujeito	Alegria	“(…)são pessoas alegres(…)”(E15); “Alegres.”(E19);
		Simpatia	“Uma simpatia, muito boa.”(E5); “Pessoas simpáticas.”(E8); “(…)simpáticos e tudo mais.”(E22);
	Desempenho	Competência	“Fiquei com uma boa impressão.(…)Porque não nos faltou nada.”(E4); “Fizeram bem.”(E23); “Tudo quanto fizeram foi perfeito.”(E20);
		Excelência	“Formidáveis.”(E2); “Impecáveis mesmo, como estrelas do céu.”(E7);
		Cuidado	“Foram atenciosos comigo, acho que foram delicados(…)”(E9); “(…)pessoas que deram carinho à gente.”(E15);
		Acolhimento	“Eles sabem receber como ninguém.”(E11); “(…)fomos bem recebidos.”(E12);
	Sentimento	Satisfação	“Gostei imenso, imenso, imenso, imenso. Adorei.”(E10);
		Orgulho	“(…)a gente sentiu-se orgulhosos como a casa recebeu a gente.”(E13);

Relativamente ao programa de intercâmbio sénior levado a cabo pelo Projeto Volta Já, a apreciação dos colaboradores da OES com quem os seniores estiveram em mobilidade (tabela 20; D19) dividiu-se em três grupos diferentes, cada um deles respeitantes à forma como cada entrevistado avaliou os colaboradores: 1) através das características do próprio colaborador, 2) pelo desempenho do colaborador e 3) pelo sentimento provocado ao sénior.

Relativamente às características dos colaboradores que foram expressas pelos respondentes, surgem a alegria - “são pessoas alegres.” (E15) – e a simpatia - “Uma simpatia, muito boa.” (E5).

O desempenho dos colaboradores foi avaliado de acordo com: excelência - “Impecáveis mesmo, como estrelas do céu.” (E7); competência - “Tudo quanto fizeram foi perfeito.” (E20); cuidado - “Foram atenciosos comigo, acho que foram delicados”(E9); e acolhimento – “Eles sabem receber como ninguém.” (E11).

Os sentimentos provocados pelos colaboradores da OES-parceira aos seniores participantes do intercâmbio que foram referidos para os avaliar foram a satisfação - “Gostei imenso, imenso, imenso, imenso. Adorei.” (E10) – e o orgulho - “a gente sentiu-se orgulhosos como a casa recebeu a gente.” (E13).

As percepções apresentadas, quer sejam referentes às características, ao desempenho da ação ou aos sentimentos dominantes, foram bastante positivas. Enquanto determinantes de satisfação de clientes pela a interação com os colaboradores da OES-parceira, destacam-se os afetos e emoções suscitadas, assim como as expetativas confirmadas e/ou superadas (Bolton & Drew, 1991; Chieira, 2013; Tinoco & Ribeiro, 2007).

Apreciação dos colaboradores da OES durante o intercâmbio sénior

Tabela 21 - Apreciação dos colaboradores da OES durante o intercâmbio sénior

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D20. Apreciação dos colaboradores da OES durante o intercâmbio	Características do Sujeito	Bondade	“Duas pessoas boas”(E1); “São muito boas pessoas.”(E5);
		Simpatia	“São muito simpáticos.”(E8); “(…)também são simpáticos(…)”(E9);
		Educação	“Eram educados(…)”;(E10);
		Afabilidade	“(…)são pessoas afáveis(…)”(E9);
		Alegria	“Foi tudo muito alegre.”(E19);
	Sentimento	Satisfação	“(…)a gente ficámos muito satisfeitos.”(E16); “(…)como gosto deles todos, fico satisfeita.”(E23);
		Reconhecimento	“Porque nos levaram a conhecer coisas que nós não conhecíamos.”(E11);
	Desempenho	Competência	“Ah, ótimo.”(E4); “Porque eram boas pessoas para andar a acompanhar a gente.”(E17); “(…)quando nós sentíamos qualquer coisa, eles parece que pressentiam o que é que a gente tinha.”(E10);
		Excelência	“Pessoas excepcionais.”(E11); “(…)são pessoas impecáveis, têm o bom carinho do bom coração.”(E7); “A Animadora foi impecável.” (E4);
		Dedicação	“(…)fazem vida para a gente estar, para a gente estar feliz.”(E6);
	Relação	Compatibilidade	“Porque eu dou-me muito bem com a <i>Colaboradora</i> (…)”(E2);
		Amizade	“Têm uma amizade com as pessoas...”(E6); “(…)eram nossos amigos(…)”(E10);
		Familiaridade	“Fazem parte cá da família(…)”(E12);

A apreciação dos colaboradores da OES em que os seniores estão integrados e que os acompanharam durante as mobilidades do intercâmbio (tabela 21; D20), apresentaram respostas concordantes com as formas de apreciar os colaboradores da OES-parceira. Porém, há a realçar que nesta dimensão acresce uma categoria em relação à anterior, uma vez que a avaliação esteve em alguns casos condicionada pela anterior relação entre o cliente sénior e o colaborador.

A primeira categoria explicita as características do sujeito através de: bondade - “São muito boas pessoas.” (E5); simpatia - “São muito simpáticos.” (E8); educação - “Eram educados” (E10); afabilidade - “são pessoas afáveis” (E9); e alegria “Foi tudo muito alegre.” (E19).

Os sentimentos suscitados (segunda categoria) aos entrevistados pautaram-se pela satisfação - “como gosto deles todos, fico satisfeita.” (E23) – e pelo reconhecimento - “Porque nos levaram a conhecer coisas que nós não conhecíamos.” (E11).

O desempenho dos colaboradores, correspondente à terceira categoria, foi avaliado pela sua competência - “quando nós sentíamos qualquer coisa, eles parece que pressentiam o que é que a gente tinha.” (E10); pela excelência - “A animadora foi impecável.” (E4); e pela dedicação demonstrada - “fazem vida para a gente estar, para a gente estar feliz.” (E6).

A última categoria, que constitui a grande diferença entre a apreciação dos colaboradores da própria organização e a apreciação dos da OES-parceira, é a relação com os colaboradores, formada previamente à experiência turística, que se traduziu nas seguintes unidades de registo: amizade - “Têm uma amizade com as pessoas...” (E6); compatibilidade - “Porque eu dou-me muito bem com a *Colaboradora*”(E2); e, finalmente a familiaridade - “Fazem parte cá da família”(E12).

Pelas considerações que os entrevistados enunciaram, tanto os sentimentos e emoções inspirados, o desempenho dos serviços e a relação criada colaborador/sénior superaram as expectativas, criando uma atmosfera de confiança, segurança e familiaridade.

As dimensões relativas ao *staff* de ambas as instituições mostram, ainda, evidências de concordância com variáveis de análise da satisfação dos clientes em relação às diferentes respostas sociais para pessoas idosas, como a fiabilidade, a competência técnica, a responsabilidade, a recetividade, o atendimento e a comunicação (Instituto da Segurança Social, 2007b, 2010b, 2010d).

Integração com os restantes participantes do intercâmbio sénior

Tabela 22 - Integração com os restantes participantes do intercâmbio sénior

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D21. Integração com os restantes participantes do intercâmbio	Experiência	Excelência	“Tudo, tudo impecável.”(E7); “Tudo do melhor.”(E12);
	Sentimento	Confirmação de sentimento de integração	“Sim, senhor.”(E1); “Sim.”(E3); “Sim, senti.”(E6);
		Bem-estar	“Senti-me bem”(E2); “Senti-me bem.”(E5);
	Relação	Amizade	“(…)eles muito amigos.”(E2);

À questão “Sentiu-se integrado com os restantes participantes do intercâmbio?” (tabela 22; D21) as respostas obtidas as respostas são passíveis de serem agrupadas em três categorias: experiência, sentimentos e relação.

Os entrevistados que avaliaram a integração enquanto experiência, referiram-na como excelente - “Tudo do melhor.” (E12).

Relativamente à segunda categoria (sentimentos), a mais mencionada pelos entrevistados, registou-se a confirmação expressa do sentimento de integração - “Sim, senti.” (E6); e o bem-estar - “Senti-me bem.” (E5).

A relação desenvolvida entre participantes mencionada para expressar a integração foi a amizade, tal como ilustra a unidade de contexto “eles muito amigos.” (E2).

Nesta dimensão ficou explícito que a perceção de integração do sénior envolve vários fatores a ter em consideração, transformando-se num conjunto de condições vivenciadas. De acordo com os entrevistados, a integração foi excelente e não houve registos de sentimentos negativos, pouca inclusão ou total falta de integração com os restantes participantes.

A perceção de uma integração plena e satisfatória pode trazer benefícios para o indivíduo, tal como podemos observar nos resultados de Morgan et al. (2015, p. 10): “Estar com pessoas da mesma faixa etária nesta fuga à rotina permitiu aos clientes a partilha de histórias e a criação de um sentido de identidade e afirmação própria”.

Convívio com os participantes do intercâmbio sénior

Tabela 23 - Convívio com os participantes do intercâmbio sénior

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D22. Convívio com os participantes do intercâmbio	Experiência	Excelência	“Espetacular.”(E10); “Olhe, excepcional.” (E11);
		Satisfação geral	“Foi boa.” (E3);

			“Oh, foi boa.” (E4); “Muito bem.”(E8);
		Avaliação ambígua	“Mais ou menos também fica bem.”(E23);
	Sentimento	Entusiasmo	“Faz a pessoa ficar com mais vida, mais bom humor ainda...” (E7);
		Estímulo	“A experiência de convívio é uma experiência nova, porque eu sempre convivi com pessoas, não é? Mas isto é diferente de tudo.” (E14); “A gente ensina e aprendemos e quanto mais a gente ensinar melhor é. E quanto mais aprendermos melhor é para nós.”(E20);
		Contentamento	“Fiquei tão contente, não é?” (E2);
	Relação	Amizade	“Sim, quer dizer, arranjei lá pessoas/utentes amigas também.”(E13);
		Familiaridade	“Faz de conta que eram da nossa família.”(E1)

O convívio entre participantes do programa de intercâmbio (tabela 23; D22) enquanto dimensão apresentou uma estrutura semelhante à dimensão D21, ramificando-se nas categorias de experiência, sentimento e relação.

Da primeira categoria (experiência) fazem parte as unidades de registo: excelência - “Olhe, excepcional.” (E11); satisfação geral - “Foi boa.” (E3); e uma avaliação ambígua - “Mais ou menos também fica bem.” (E23).

A categoria referente ao sentimento suscitado apresentou: o entusiasmo - “Faz a pessoa ficar com mais vida, mais bom humor ainda.” (E7) -, o estímulo - “A experiência de convívio é uma experiência nova, porque eu sempre convivi com pessoas, não é? Mas isto é diferente de tudo.” (E14) -, e o contentamento - “Fiquei tão contente, não é?” (E2).

A relação, enquanto categoria desta dimensão que explora o convívio entre participantes, traduziu-se pela amizade - “Sim, quer dizer, arranjei lá pessoas/utentes amigas também.” (E13) -, e pela familiaridade - “Faz de conta que eram da nossa família.” (E1).

As mobilidades do intercâmbio sénior permitiram a formação de laços e de relações de proximidade, verificando-se até a intenção de continuar a alimentar essas relações com o envio de cartas, contacto por videochamada e a oferta de postais em épocas festivas.

Uma das conclusões decorrentes da análise das dimensões de integração e convívio ilustra a possibilidade de uma pessoa se sentir integrada e não avaliar a experiência de convívio indubitavelmente como positiva. Os dois constructos são entendidos de forma distinta.

As dimensões respeitantes à integração e ao convívio permitem também inferir um impacto positivo nos indivíduos, uma vez que o “envolvimento grupal é fator psicossocial significativo na melhoria da confiança pessoal, da satisfação com a vida e da capacidade de enfrentar problemas” (Andrade et al., 2014, p. 46).

Apreciação do alojamento durante o intercâmbio sénior

Tabela 24 - Apreciação do alojamento durante o intercâmbio sénior

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D23. Apreciação do alojamento durante o intercâmbio sénior	Limpeza e arrumação	Excelência da limpeza e arrumação	“Tudo impecável, tudo numa higiene, limpo, uma coisa mesmo impecável.”(E7);
		Satisfação com a limpeza e arrumação	“Também eram boas. Tudo muito asseado, estava realmente tudo muito asseado.”(E9); “Tudo bom. Limpo, tudo limpo, tudo muito arranjado.”(E15);
	Bens tangíveis/recursos materiais	Excelência dos bens tangíveis/recursos materiais	“Um hotel de primeira classe.”(E12); “Cinco estrelas. Porque tinham tudo o que uma pessoa precisa para ser feliz. Tinham uma cama, tinha uma cozinha equipada se alguém quisesse fazer um chá, e levasse consigo açúcar e uma saqueta de chá, tinha ali tudo.”(E11); “Umás belíssimas camas, uns belíssimos colchões, tudo bom, tudo bom, umas casas de banho impecáveis, as pessoas que nos foram lá explicar, olhe você dorme aqui, tudo impecáveis(…)”(E14);
		Satisfação com os bens tangíveis/recursos materiais	“Aquilo é grande, é bom, e é uma casa, uma casa jeitosa que lá está”(E1); “(…)só houve uma diferença: foi a escada. Porque a cama foi maravilhosa. E tinha ali umas boas casa-de-banho que para quem quisesse lá ir(…)”(E6);
		Insatisfação com os bens tangíveis/recursos materiais	“Quer dizer também não foi as instalações melhores. Foi assim um bocadinho inferior.” (E2);
		Insatisfação extrema com os bens tangíveis/recursos materiais	“Mas puseram-me lá numa espelunca que não tinha luz, a casa-de-banho tinha lá um ralozito... Pronto, em conclusão não prestou. Péssimo.”(E3);
	Experiência de pernoita	Satisfação	“Boas. Foram sim, senhora. (...)Dormimos bem.”(E4); “Porque foi bom.”(E19);
		Insatisfação	“Mais ou menos.(…) estou acostumada a dormir no meu quartinho sozinha, e acompanhada(…) não dormi.”(E21);

A dimensão 23 – Apreciação do alojamento durante o intercâmbio sénior (tabela 24; D23) apresenta as apreciações feitas ao alojamento no intercâmbio através das especificidades mais marcantes para os participantes: limpeza e arrumação; bens tangíveis/recursos materiais; e experiência de pernoita.

Nesta dimensão, a limpeza e arrumação dos espaços apresentou como unidades de registo a excelência, com o exemplo: “Tudo impecável, tudo numa higiene, limpo, uma coisa mesmo impecável.” (E7); e satisfação com a limpeza e arrumação - “Tudo bom. Limpo, tudo limpo, tudo muito arranjado.” (E15).

Os bens tangíveis/recursos materiais foram referidos pelos entrevistados como excelentes - “Um hotel de primeira classe.” (E12); através da satisfação com os mesmos - exemplo: “Aquilo é grande, é bom, e é uma casa, uma casa jeitosa que lá está” (E1); insatisfação com os bens tangíveis/recursos materiais - “Quer dizer também não foram as instalações melhores. Foi assim um bocadinho inferior.” (E2); e, por último, pela insatisfação extrema com os bens tangíveis/recursos materiais – “Péssimo.” (E3).

Relativamente à experiência de pernoita, última categoria obtida pelas respostas dos entrevistados nesta dimensão, os entrevistados sentiram satisfação, tal como se observa na unidade de contexto “Boas. Foram sim, senhora. (...) Dormimos bem.” (E4), e insatisfação - “Mais ou menos. (...) estou acostumada a dormir no meu quatinho sozinha, e acompanhada (...) não dormi.” (E21).

Apesar da existência de avaliações negativas, a grande maioria dos indivíduos expressou satisfação ou excelência para avaliar o alojamento. A avaliação feita ao alojamento apresenta a maior diversidade de avaliações, principalmente no que respeita aos bens tangíveis/recursos materiais. A experiência de pernoita fora do registo habitual foi uma das formas da apreciação do alojamento, sendo que se distinguiu por satisfação ou insatisfação em relação à experiência em si, e que está condicionada pelos hábitos de sono de cada indivíduo.

Apreciação do transporte durante o intercâmbio sénior

Tabela 25 - Apreciação do transporte durante o intercâmbio sénior

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D24. Apreciação do transporte durante o intercâmbio sénior	Responsáveis	Competência	“Foram bons. Paravam quando era preciso para as necessidades...” (E3);
		Condução	“Foi uma condução muito boa.” (E5); “A chauffeur era boa. As duas...”; (E6);
		Acompanhamento	“(...)os acompanhantes também eram bons(...)”; (E14); “Então porque foi bom irem com a gente e até as senhoras daqui também.” (E13); “Foi bom. Foi a Animadora...”(E4);
	Veículo	Excelência	“Porque são impecáveis, têm tudo o que é que é preciso.”(E7); “Foi do melhor. (...)Epá, eu achei um carro como devia ser para levar a gente(...)”; (E1);
		Insatisfação	“Olha, é o que temos, infelizmente. Não podemos exigir

			mais. É o que temos. A <i>OES</i> não é rica, é pobrinha.”(E21);
		Conforto	“Olhe, primeiro, o transporte onde fui e onde vim, fui à vontade.” (E23);
	Aspetos monetários	Gratuidade	“São bons porque são de graça.”(E19);
	Viagem	Segurança	“Não aconteceu mal nenhum, graças a Deus, 'né?”(E2); “Tudo bem. (...) Desde que chegue em segurança, para mim...”(E18);
	Percurso	Inadequação	“Houve uma altura em que elas tinham um carro pequeno, nós tínhamos um carrão, e depois para passar assim... Quer dizer aquilo já era estreito, eu vi o abismo, foi nessa parte que eu fiquei um bocado aflita...”;“(E10)

A dimensão de apreciação do transporte utilizado durante o intercâmbio (tabela 25; D24), discernida através das respostas conseguidas pelas questões “Que opinião tem dos transportes utilizados durante a mobilidade? Porquê?” representa as diferentes perceções adquiridas em relação a: responsáveis pelo transporte (condutor/acompanhantes), ao veículo, aos aspetos monetários, à experiência da viagem e ao percurso efetuado. As menções aos responsáveis e ao veículo foram as mais frequentes no discurso dos entrevistados.

Os resultados alcançados no primeiro tópico (responsáveis pelo transporte) manifestaram-se através de competência - “Foram bons. Paravam quando era preciso para as necessidades.” (E3); da condução - “Foi uma condução muito boa.” (E5); e do acompanhamento - “os acompanhantes também eram bons” (E14).

Relativamente ao veículo, as perceções manifestadas foram a excelência - “Porque são impecáveis, têm tudo o que é que é preciso.” (E7); insatisfação - “Olha, é o que temos, infelizmente. Não podemos exigir mais. É o que temos. A *Organização* não é rica, é pobrinha.” (E21); e, por último, conforto - “Olhe, primeiro, o transporte onde fui e onde vim, fui à vontade.” (E23).

Os aspetos monetários foram referidos como forma de avaliar o transporte pela sua gratuidade - “São bons porque são de graça.” (E19) – o que concorre para os estudos que apontam o preço e o valor percebido como determinantes de satisfação (Melo, 2015; Rizwan et al., 2014; Zeithaml, 1988).

A viagem, compreendida aqui de uma forma global, foi referida pela sua segurança - “Tudo bem. (...) Desde que chegue em segurança, para mim...” (E18).

O percurso formou uma categoria pela sua inadequação - “Houve uma altura em que elas tinham um carro pequeno, nós tínhamos um carrão, e depois para passar assim... Quer dizer aquilo já era estreito, eu vi o abismo, foi nessa parte que eu fiquei um bocado aflita...” (E10).

Apreciação das refeições durante o intercâmbio sénior

Tabela 26 - Apreciação das refeições durante o intercâmbio sénior

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D25. Apreciação das refeições durante o intercâmbio	Comida	Satisfação com a comida	“(…)muito bem fornecidos de comida(…)” (E7); “A comida fora boa.” (E8) “A comida era uma comida boa.” (E9); “Também comi bem.” (E3);
		Compatibilidade com hábitos alimentares	“Não comi, mas... Não comi porque eu não... Não é que não houvesse lá... Só comia foi a sopa. Agora carnes nem aqui.”;(E2);
	Genérica	Satisfação	“Boas. Não há nada a dizer. Foram boas.” (E4);
		Excelência	“Impecáveis.” (E7); “Tudo do melhor.” (E12); “Aquilo é um espetáculo.” (E14);
	Local	Paisagem envolvente	“Basta estar a comer e estar a olhar para o mar. Estar a comer e olhar para o mar, pela janela...”(E1);

A apreciação que os respondentes expressaram no que se refere às refeições (tabela 26; D25), efetuadas durante o intercâmbio sénior formou-se de acordo com as perceções que cada indivíduo teve face à comida, à apreciação genérica e ao local da refeição.

A comida foi percecionada pela satisfação que gerou - “A comida era uma comida boa.” (E9); e pela compatibilidade com os hábitos alimentares - “Não comi, mas... Não comi porque eu não... Não é que não houvesse lá... Só comi foi a sopa. Agora carnes nem aqui.” (E2).

A avaliação da refeição foi também expressa de forma genérica, sem justificações dadas, constituindo-se em: satisfação - “Boas. Não há nada a dizer. Foram boas.” (E4); e excelência - “Aquilo é um espetáculo.” (E14).

O local da refeição marcou os entrevistados pela paisagem envolvente onde realizaram a refeição: “Basta estar a comer e estar a olhar para o mar. Estar a comer e olhar para o mar, pela janela.” (E1).

Nas apreciações dos seniores relativamente ao transporte, refeições e alojamento tornou-se patente a importância das emoções, da qualidade percebida, das expectativas, do preço e da imagem corporativa enquanto determinantes da satisfação do cliente sénior com esses mesmos serviços.

A insatisfação com um destes serviços não implicou a insatisfação geral com a experiência de intercâmbio, nem com a organização onde estão institucionalizados – correspondendo a uma imagem corporativa formada na qual apenas uma das várias experiências tidas com a organização não vai afetar as restantes.

Também se ressalva, com as dimensões de apreciação do transporte, refeição e alojamento, o cruzamento da satisfação do cliente sénior com alguns dos objetivos do turismo social - “Fatores de qualidade básicos, tais como a segurança, higiene e saúde, interesses ambientais, independência, acessibilidade a serviços e regras de proteção do consumidor” e “Comida saudável, exercício e outros fatores que constituem o bem-estar físico, assim como os das dimensões de vida que constituem o bem-estar espiritual e a qualidade de vida” (World Tourism Organization, 1999, p.2).

Apreciação global com o programa de atividades realizado no intercâmbio sénior

Tabela 27 - Apreciação global com o programa de atividades realizado no intercâmbio sénior

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D26. Apreciação global com o programa de atividades realizado no intercâmbio	Atividades	Excelência	“Foi do melhor.” (E1); “Melhor não poderia ser.” (E20);
		Satisfação	“Achei boas.” (E2); “Gostei de tudo. De tudo.” (E5);
		Proveito	“Acho que é bom, é proveitoso.”(E9);
	Relação interpessoal	Acompanhamento	“(…)as pessoas que nos acompanharam foram pessoas excecionais(…)”; (E11);
		Alegria	“Tudo alegre, tudo...” (E19);
	Locais	Interesse	“(…)procuraram levar-nos a sítios com interesse, explicar-nos o que é que tinha havido ali antes, o que é que estava ali agora...” (E11);
		Estímulo	“Porque fomos lá e não conhecia ainda aquilo e gostei mais de ir.” (E13);

A apreciação global com o programa de atividades realizado no intercâmbio sénior (tabela 27; D26) revela os aspetos que mais marcaram os entrevistados no programa de atividades realizado: as atividades, a relação interpessoal gerada e o local das atividades.

Em relação às atividades, as avaliações obtidas nas unidades de registo foram: excelência - “Melhor não poderia ser.” (E20); satisfação - “Achei boas.” (E2); e proveito - “Acho que é bom, é proveitoso.” (E9).

A relação interpessoal foi expressa através do acompanhamento - “as pessoas que nos acompanharam foram pessoas excecionais”; (E11); e da alegria - “Tudo alegre, tudo.” (E19).

Os locais visitados definiram-se pelo interesse - “procuraram levar-nos a sítios com interesse, explicar-nos o que é que tinha havido ali antes, o que é que estava ali agora.” (E11) e pelo estímulo - “Porque fomos lá e não conhecia ainda aquilo e gostei mais de ir.” (E13).

Salienta-se que todas as menções e avaliações dos entrevistados nesta dimensão foram positivas, sendo as expectativas em muitos casos superadas e concorrendo desta forma para a satisfação do indivíduo sénior enquanto cliente (Bolton & Drew, 1991; Chieira, 2013; Tinoco & Ribeiro, 2007).

A avaliação do programa de atividades baseada nas perceções de satisfação e excelência com os locais visitados/atividades e da relação interpessoal entre seniores participantes e colaboradores das organizações, atestam as considerações da World Tourism Organization (1999) sobre a importância da interação com as comunidades locais, da promoção de redes de suporte e atividades de grupo, das visitas culturais, da promoção de experiências educacionais e das tradições locais, assim como atividades exteriores e de entretenimento enquanto elementos fulcrais para o turismo sénior.

Perceção de satisfação com o programa de atividades do intercâmbio sénior

Tabela 28 - Perceção de satisfação com o programa de atividades realizado no intercâmbio sénior

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D27. Perceção de satisfação com o programa de atividades do intercâmbio	Locais/Atividades	Atratividade	“Oh, tudo. Foi tudo bom. Ver os animais foi fora de série” (E3); “Além de ser bonita, fui ver uma coisa antiga, coisas antigas(…)”(E10) “Cantaram bem.” (E8);
		Atitude	Repetição
	Relação interpessoal	Familiaridade	“Eu gosto delas, gosto de vocês todas (risos) eu quando as vejo para mim é...faz de conta que vejo a minha neta.” (E15);
		Satisfação com a interação	“Impecáveis, aquelas pessoas impecáveis e amigáveis, do coração.”(E7); “As pessoas eram boas. Conversavam muito com a gente. Eram boas.” (E19);
	Programa	Excelência	“Porque, claro, não podia ser melhor.”(E18);
		Estímulo	“Foi um dia diferente do habitual, de estarmos sempre assim (...)Eu acho que foi bom.” (E9); “(…)coisas que, pronto, que eu nunca tinha visto se não fosse lá.” (E10);
		Adequação	“É aquilo que eu gosto.” (E6); “Porque foi tudo à minha vontade.” (E23);

A dimensão que explora a satisfação com o programa de atividades realizado (tabela 28; D27) durante o intercâmbio sénior reúne as respostas obtidas relativas às referências a: locais/atividades, atitude do entrevistado expressa, relação interpessoal experienciada e ao programa.

Os locais/atividades, enquanto categoria, foram percebidos pela sua atratividade - “Além de ser bonita, fui ver uma coisa antiga, coisas antigas.” (E10).

A atitude constitui uma categoria pela vontade expressa de alguns entrevistados de repetir o programa, utilizando essa mesma expressão como satisfação com o mesmo - “E agora estou à espera de mais.” (E9).

A relação interpessoal foi percebida através da familiaridade - “Eu gosto delas, gosto de vocês todas (risos) eu quando as vejo para mim é...faz de conta que vejo a minha neta.” (E15) – e da satisfação com a interação - “As pessoas eram boas. Conversavam muito com a gente. Eram boas.” (E19).

O programa foi abordado pelos entrevistados pela sua excelência - “Porque, claro, não podia ser melhor.” (E18); pelo estímulo que proporcionou – “coisas que, pronto, que eu nunca tinha visto se não fosse lá.” (E10); e pela adequação aos gostos e interesses dos seniores - “Porque foi tudo à minha vontade.” (E23).

A satisfação com o programa de atividades desenvolvido foi geral, quer pelo interesse dos locais e alegria que proporcionaram aos entrevistados, quer pelo acompanhamento dado a cada atividade por parte dos profissionais encarregues de dar a conhecer e animar os diferentes cenários envolventes.

Repetição do programa de intercâmbio sénior

Tabela 29 - Repetição do programa de intercâmbio sénior

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D28. Repetição do programa de intercâmbio sénior	Repetição do Intercâmbio Declarada	Afirmação de repetição	“Isso gostava eu. (risos)” (E1); “Sim. Não acha que sim? (risos)” (E2); “Sim, sim, voltava.” (E3); “Vou.” (E6); “Não tenha dúvida.” (E10);
	Repetição do Intercâmbio condicionada	Limitações de saúde	“Ah... Se não me doesse aqui a perna. (risos)” (E13); “Voltaria, se tivesse essa... Se tivesse bem de saúde e que ainda pudesse andar e que... Claro.” (E18);

A reunião das respostas dos seniores obtidas quando questionados sobre a vontade de repetir o intercâmbio gerou a dimensão 28 – Repetição o intercâmbio sénior (tabela 29; D28).

As respostas alcançadas neste tema foram diretas e fechadas, bifurcando-se em repetição do intercâmbio declarada e repetição do intercâmbio condicionada.

A primeira categoria está associada ao desejo de repetir: “Não tenha dúvida.” (E10). A segunda categoria exprime a repetição da experiência apenas se se verificasse a ausência de limitações de saúde: “Voltaria, se tivesse essa... Se estivesse bem de saúde e que ainda pudesse andar e que... Claro.” (E18).

Sem a condicionante da saúde, todos os participantes repetiriam o intercâmbio.

Recomendação do programa de intercâmbio sênior

Tabela 30- Recomendação do programa de intercâmbio sênior

Dimensão	Categoria	Unidades de Registro	Exemplos de Unidades de Contexto
D29. Recomendação da experiência turística de intercâmbio sênior	Recomendação do Intercâmbio Declarada	Afirmação de recomendação	“Sim.” (E3); “Sim, senhor.” (E8); “A um amigo? Já recomendei às minhas filhas (risos)” (E11);
	Recomendação do intercâmbio Condicionada	Autonomia	“Sim... Daqueles que podem... Como eu.” (E2);
		Interesse/Vontade	“E que gostassem.” (E2); “Eu acho que sim. Se ele quisesse.” (E10);

As respostas referentes à dimensão de recomendação da experiência turística de intercâmbio sênior (tabela 30; D29) apresentaram uma categorização semelhante à questão da repetição do intercâmbio, explorada na dimensão anterior (anexo 3; tabela 30; D28).

Repartiu-se, então, esta dimensão em 1) categoria de recomendação do intercâmbio a um amigo de forma declarada e 2) recomendação do intercâmbio a um amigo de forma condicionada.

Na primeira categoria um dos exemplos de unidade de contexto é “A um amigo? Já recomendei às minhas filhas (risos)” (E11). As condicionantes apresentadas na segunda categoria estão relacionadas com a autonomia do amigo a quem poderiam recomendar - “Sim... Daqueles que podem... Como eu.” (E2); e com os interesses e/ou gostos do amigo - “E que gostassem.” (E2).

De acordo com Larán e Espinoza (2009), entre as “motivações que levam os consumidores ao comportamento leal destaca-se o papel dos julgamentos em relação à experiência de consumo, pois essas avaliações ou julgamentos são fatores de alta influência na formação de atitudes e intenções de ação” (p. 52). A repetição do intercâmbio (anexo 3; tabela

30; D28) e a recomendação do mesmo a um amigo, enquanto atitudes e intenções reveladores da lealdade e conseqüente satisfação do cliente sénior surgiram dependentes de condicionantes como a saúde, a atratividade de programa de atividades para o interessado e a autonomia para o realizar.

8.6 Papel da participação dos seniores em atividades de turismo social na satisfação com a OES

Apreciação da OES pela participação em experiências turísticas

Tabela 31 - Apreciação da OES pela participação em experiências turísticas

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D18. Apreciação da OES pela participação em experiências turísticas	Sentimentos	Bem-estar	“Sinto-me bem.” (E1); “Sinto boa.”(E5);
		Felicidade	“(…)sinto-me feliz da vida.”(E8);
		Satisfação	“Fiquei satisfeito.” (E4);
		Sentimento ambíguo	“Sinto-me mais ou menos, razoável.”(E22)
		Contentamento	“Muito contente.” (E7);
		Reconhecimento	“Olhe, estou gostando porque é... Está fazendo qualquer coisa que a gente goste.” (E23) “Porque se lembram da gente.”(E5);
	Prestação dos serviços	Estímulo	“Vejo coisas que cá não vejo.”(E17);
		Competência	“Que trabalham bem, que estão precisamente a ir ao encontro das pessoas que se encontram mais carenciadas de afetos e de companhia, e pronto...”;(E9);
		Excelência do acompanhamento	“(…)acho um ótimo acompanhamento”(E18);
		Pertinência dos serviços	“Acho que é um sítio bom para quando a gente não tem ninguém(…)”(E13);
		Pouca Incidência de Experiências turísticas	“(…)devia ter também mais atividades como a gente foi.”(E6);

Na dimensão em que os entrevistados avaliaram a OES pelas oportunidades de participação em experiências turísticas (tabela 31; D18), a apreciação dividiu-se em duas vertentes: sentimentos e prestação de serviços.

Os sentimentos que foram descritos pelos seniores respondentes para formar uma apreciação da OES constituíram as seguintes unidades de registo: bem-estar - “Sinto-me bem.” (E1); felicidade - “Sinto-me feliz da vida.” (E8); satisfação - “Fiquei satisfeito.” (E4); sentimento ambíguo - “Sinto-me mais ou menos, razoável.” (E22); contentamento - “Muito contente.” (E7); reconhecimento - “Porque se lembram da gente.” (E5); estímulo - “Vejo coisas que cá não vejo.” (E17).

A prestação de serviços foi avaliada segundo: a competência - “Que trabalham bem, que estão precisamente a ir ao encontro das pessoas que se encontram mais carenciadas de afetos e de companhia, e pronto...” (E9); a excelência do acompanhamento - “acho um ótimo acompanhamento” (E18); a pertinência dos serviços - “Acho que é um sítio bom para quando a gente não tem ninguém” (E13); e a pouca incidência de experiências turísticas - “devia ter também mais atividades como a gente foi.” (E6).

De uma forma geral, os entrevistados dão mais valor à organização pela oportunidade de participar em atividades turísticas. Menções e expressões referentes à excelência da organização e satisfação com a mesma estiveram patentes no discurso verbal e não-verbal, assim como o sentimento de reconhecimento pelo trabalho realizado em prol do seu bem-estar e gratidão pela oportunidade dada.

Proporcionar a participação em atividades turísticas pode gerar, assim, uma imagem corporativa melhorada e superar as expectativas dos seniores institucionalizados (Bolton & Drew, 1991; Caruana, 2008; Rizwan et al., 2014; Upamannyu et al., 2015).

Tendo por base a escala de sentimentos e emoções em Runa e Miranda (2015), também as emoções relatadas pelos entrevistados referentes à apreciação da OES pela participação em experiências turísticas concorrem para a percepção de satisfação enquanto clientes (Tinoco & Ribeiro, 2007).

Um dos seniores expressou a vontade de participar em mais experiências turísticas, entendendo que uma maior participação nestas experiências levaria a uma maior satisfação com a instituição - “devia ter também mais atividades como a gente foi” (E6).

Influência da participação no intercâmbio sénior na satisfação com a OES

Tabela 32 - Influência da participação no intercâmbio sénior na satisfação com a OES

Dimensão	Categoria	Unidades de Registo	Exemplos de Unidades de Contexto
D30. Influência da participação no intercâmbio sénior na satisfação com a OES	Maior satisfação com a OES pela participação no Intercâmbio	Interesse dos locais/atividades do intercâmbio	“Da gente lá ir, epá, um homem nunca viu nada disto... Nunca vi. E então fiquei satisfeito com tudo. Tudo o que vi.” (E1); “A gente já conhece as praias, aquilo é que eu não conhecia.” (E10); “Porque foi uma atividade nova para a gente, que a gente não conhecia aquilo.” (E13);
		Reconhecimento	“Mais... Porque eles escolheram-me.” (E2); “Sim. Porque se não fosse a <i>OES</i> eu nunca iria a <i>Localidade de mobilidade</i> .” (E11)”
		Repetição	“Sim. (...)E agora até faltavam mais umas voltinhas.” (E3);
		Bem-estar	“Sinto. (...) E sinto-me bem. Sinto-me bem.” (E5);

		Relação interpessoal	“É uma unidade, que pode a gente unir-se com pessoas, não é? É assim mesmo. Nós, de cá e de lá, unimos, foi uma satisfação, encontrarmos este, encontrar aquele, abraçar e tudo, foi muito bom.” (E6); “As pessoas são muita (...) Como é que hei-de dizer? Muita simpáticas.” (E8);
		Alegria	“Sinto-me alegre na vida.” (E7);
		Competência	“Dá muito valor à <i>OES</i> . A gente fica a ver com quem é que está a lidar. Pois é, é que às vezes podia ser só para encher, não é?” (E14);
		Felicidade	“Sinto-me feliz na vida.” (E7);
	Satisfação com a OES não dependente da participação no intercâmbio	Perceção de satisfação sem alterações	“Não. Não estou melhor ou pior. Vim para aqui por necessidade.” (E4); “Não, não... Sentia-me bem também antes de ir a esse convívio.” (E9); “Talvez mais não. Sinto-me satisfeito como sempre me sinto. (...) Fazem-me o que podem e aquilo que eu peço para me fazerem, fazem. Lá fizeram-me o que puderam.” (E20); “Não. Porque a <i>OES</i> continua a mesma.” (E21);

Às questões “Sente-se mais satisfeito com a sua Organização por ter participado neste intercâmbio sénior? Porquê?” os seniores entrevistados apresentaram respostas passíveis de formar duas categorias (tabela 32; D30): a primeira apresenta uma maior satisfação com a Organização pela participação no intercâmbio e na segunda a satisfação com a Organização não é influenciada pela participação do intercâmbio.

Dentro da primeira categoria confirma-se um aumento de satisfação do indivíduo com a Organização, através de:

- 1) interesse dos locais/atividades do intercâmbio - “Porque foi uma atividade nova para a gente, que a gente não conhecia aquilo.” (E13);
- 2) reconhecimento face à Organização - “Sim. Porque se não fosse a *Organização* eu nunca iria a *Localidade de mobilidade*.” (E11);
- 3) repetição da experiência - “Sim. (...)E agora até faltavam mais umas voltinhas.” (E3);
- 4) sentimento expresso de bem-estar - “Sinto. (...) E sinto-me bem. Sinto-me bem.” (E5);
- 5) relação interpessoal experienciada - “É uma unidade, que pode a gente unir-se com pessoas, não é? É assim mesmo. Nós, de cá e de lá, unimos, foi uma satisfação, encontrarmos este, encontrar aquele, abraçar e tudo, foi muito bom.” (E6);
- 6) a alegria sentida - “Sinto-me alegre na vida.” (E7);
- 7) a competência reconhecida à organização - “Dá muito valor à *organização*. A gente fica a ver com quem é que está a lidar. Pois é, é que às vezes podia ser só para encher, não é?” (E14);
- 8) e, finalmente, felicidade - “Sinto-me feliz na vida.” (E7).

Esta categoria – que confirma a influência da participação nesta experiência turística na satisfação com a OES – reúne a maioria das respostas obtidas: dezanove dos vinte e três entrevistados afirmam ter ficado mais satisfeitos.

A segunda categoria especifica a percepção de satisfação sem alterações, ou seja, o discurso dos entrevistados demonstra que a satisfação ou a insatisfação com a Organização pode não ser alterada pela participação nestas atividades. Esta percepção advém do princípio de que a própria Organização e respetiva prestação de serviços não se modificou. Exemplos: “Não. Não estou melhor ou pior. Vim para aqui por necessidade.” (E4), “Não, não... Sentia-me bem também antes de ir a esse convívio.” (E9), “Não. Porque a Organização continua a mesma.” (E21).

A influência da participação no programa de intercâmbio sénior na satisfação dos clientes seniores confirmou-se através dos determinantes: sentimentos e emoções (reconhecimento, bem-estar, alegria, felicidade); confirmação ou superação de expectativas (atratividade dos locais/atividades, vontade de repetir o intercâmbio); qualidade percebida (competência); afetos (relação interpessoal vivida).

Um dos resultados mais prementes desta investigação está relacionado com a imagem corporativa. A imagem corporativa e a percepção de satisfação com os serviços prestados pelas OES aos seus clientes, sejam estas positivas ou negativas surgem, para alguns casos, como pré-conceitos limitadores, ou seja, apesar da satisfação com o intercâmbio e do seu impacto positivo na qualidade de vida do sénior, o mesmo não alterou a imagem e a percepção de satisfação anterior à sua participação no programa de turismo social. É exemplo: “Talvez mais não. Sinto-me satisfeito como sempre me sinto. (...) Fazem-me o que podem e aquilo que eu peço para me fazerem, fazem. Lá fizeram-me o que puderam.” (E20).

9. Conclusão

A presente dissertação pretende responder à questão de investigação: *Qual o papel da participação em programas de turismo social na satisfação dos clientes seniores de OES?*

A prossecução do objetivo geral deste estudo implicou a delimitação de objetivos específicos:

- i. Analisar a perceção de satisfação dos clientes seniores com a OES e respetivos serviços;
- ii. Identificar as perceções dos clientes seniores com o seu estado de saúde e qualidade de vida;
- iii. Descrever a participação dos clientes seniores em experiências turísticas;
- iv. Determinar o impacto das experiências turísticas na qualidade de vida dos clientes seniores;
- v. Avaliar o nível de satisfação dos seniores com a OES após participação em atividades de turismo social.

A análise da perceção de satisfação dos clientes seniores com a OES e respetivos serviços – primeiro objetivo enumerado - revelou que, de uma forma geral, os clientes destas organizações estão satisfeitos e se sentem bem acolhidos e integrados no quotidiano de cada instituição. Os clientes seniores ressaltam também que, tal como nas suas casas e rotinas familiares, há espaço para melhoria, aprendizagem e compreensão quando algo não corre como esperado.

A identificação das perceções dos clientes seniores sobre o seu estado de saúde e sobre a sua qualidade de vida realçou o papel central que a saúde (ou falta) desempenha na vida destas pessoas num faixa etária avançada e o potencial que as OES têm na minimização dos problemas associados à saúde e na qualidade de vida que os seniores podem ainda sentir e usufruir.

Numa grande parte dos casos, a integração numa resposta social proporcionou o acesso a cuidados de saúde especializados, prevenção e promoção de educação para a saúde, assim como acesso a serviços que permitiram a melhoria da qualidade de vida do sénior, todos estes acompanhados de profissionais que acrescentam a humanidade necessária à empatia com a fragilidade de cada uma destas pessoas.

Os serviços prestados a seniores institucionalizados têm de ter em conta a familiaridade e o conforto pela comparação constante à residência anterior e aos hábitos individuais e familiares do sénior - sendo a relação humana, entre seniores institucionalizados ou clientes e

colaboradores, um fator preponderante. O contacto e o fator relacional, apesar de ser um tópico incluído em diferentes determinantes de satisfação, surgiu neste estudo como um determinante sólido, válido por si só, e presente em quase todas as apreciações e perceções de satisfação.

Quanto à descrição da participação dos clientes seniores em experiências turísticas, as perceções obtidas, traduzidas em sentimentos, emoções, opiniões e atitudes, constituem a mais-valia que serve o objetivo do estudo, uma vez que formaram a imagem de quão intensamente as atividades turísticas foram vividas e da influência destas na satisfação com a organização pela perspectiva dos próprios entrevistados.

Cada um dos participantes apreendeu e sentiu o impacto da experiência turística de forma singular na sua qualidade de vida. No entanto, esta experiência em comunhão e partilha com o grupo foi, sem dúvida, um dos fatores diferenciadores e mais marcantes: os seniores ganharam não só o sentido de pertença a um grupo, como em alguns casos ainda reforçaram a sua própria perspetiva de futuro, de alcance de objetivos, de expectativas quanto ao que poderão ainda realizar nos próximos anos.

O aumento da satisfação com a organização pela participação em atividades de turismo social foi aferido através da atratividade do programa de atividades, do reconhecimento pela organização, da vontade manifesta de repetir, por sentimentos como o bem-estar, a felicidade e a alegria, pela competência atribuída à organização, e pelas relações geradas entre participantes e colaboradores no decorrer das mobilidades.

No entanto, esta relação está dependente da perceção de satisfação. A satisfação com a organização exclusivamente dependente dos serviços de prestação de cuidados não é afetada por atividades externas, como o intercâmbio sénior promovido pelo Projeto Volta Já, ainda que essa atividade seja reconhecida como satisfatória para o indivíduo.

A análise realizada neste estudo corrobora a relação entre o turismo social e a satisfação de clientes seniores para a maioria dos participantes. Não obstante, verificou-se que pode existir ausência de relação entre a participação em atividades de turismo social e a satisfação com a Organização, estando esta ausência de relação intrinsecamente ligada a um dos determinantes de satisfação dos clientes em serviços – a imagem corporativa.

A lealdade para com a organização pode também transformar a participação em atividades de turismo social num fator com menor relevância na apreciação da Organização do que, por exemplo, a prestação de cuidados. No entanto, a lealdade é um conceito fortemente

ligado à satisfação do cliente, pelo que a satisfação com os serviços das OES não deixa de desempenhar um papel central na vida dos seus clientes.

Pode observar-se, também, que a insatisfação com algum dos componentes do intercâmbio sénior não pressupõe a insatisfação geral com o mesmo e, ainda, que a satisfação com a atividade de turismo social não implica uma consequente satisfação com a organização de institucionalização.

A constante menção dos entrevistados à vivência em grupo e ao convívio associadas a aspetos mais práticos/tangíveis – como o transporte ou o alojamento – reforçam a importância dos laços criados e das relações, sejam elas entre seniores ou sénior/colaborador. Qualquer potencial frustração de expectativa foi frequentemente compensada pela animação, alegria e motivação para ultrapassar o obstáculo que a dinâmica de grupo proporcionou.

As principais limitações desta investigação pautam-se por: 1) as características sociodemográficas da amostra, que obrigaram a uma adaptação de discurso do entrevistador e 2) a curta duração da experiência, que poderia ter oferecido resultados e impacto mais duradouro, nomeadamente em questões de saúde na sua vertente física, caso a experiência tivesse sido mais duradoura.

Para ultrapassar as limitações definidas em estudos futuros, seria pertinente investigar o impacto não só na qualidade de vida individual, mas também na satisfação do sénior com a OES, de experiências turísticas realizadas com mais frequência e com uma maior duração. O impacto sentido a longo prazo, alcançando resultados sobre as percepções dos seniores face à OES surge também como possível linha orientadora para futuros estudos.

Os profissionais das OES são figuras privilegiadas no que respeita à observação das atitudes, comportamentos e de qualquer alteração no estado físico e emocional da pessoa idosa institucionalizada. As percepções destes profissionais relativamente ao impacto de experiências similares nos seniores – emergem como uma potencial hipótese de estudo a ser abordada em investigações futuras pela sua pertinência para a total compreensão e imersão no contexto em causa.

Bibliografia

- Aires, L. (2015). *Paradigma Qualitativo e Práticas de Investigação Educacional*. Universidade Aberta.
- Almeida, A., & Rodrigues, V. (2008). The quality of life of aged people living in homes for the aged. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 16(6), 1025–1031. <https://doi.org/10.1590/s0104-11692008000600014>
- Andrade, A., Nascimento, M., Oliveira, M., Queiroga, R., Fonseca, F., Lacerda, S., & Adami, F. (2014). Percepção de idosos sobre grupo de convivência: estudo na cidade de Cajazeiras-PB. *Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia*, 17(1), 39–48. <https://doi.org/10.1590/S1809-98232014000100005>
- Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Edições 70.
- Bateson, J., & Hoffman, K. (2001). *Marketing de Serviços* (Bookman (ed.); 4th ed.).
- Batista, E., Matos, L., & Nascimento, A. (2017). A Entrevista Como Técnica De Investigação Na Pesquisa Qualitativa. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, 11(3), 23–28. <https://www.researchgate.net/publication/331008193>
- Bolton, R., & Drew, J. (1991). A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 375–384. <https://doi.org/10.1086/208564>
- Borrego, J. (2013). *Avaliação da Percepção da Qualidade do Serviço Prestado por uma Empresa de Transportes Públicos*. ISCTE Business School Instituto Universitário de Lisboa.
- Boshoff, C., & Gray, B. (2004). The relationships between service quality, customer satisfaction and buying intentions in the private hospital industry. *South African Journal of Business Management*, 35(4), 27–37. http://www.sabinet.co.za/abstracts/busman/busman_v35_n4_a4.html
- Caeiro, J. (2008). Economia social: conceitos, fundamentos e tipologia. *Revista Katálysis*, 11(1), 61–72. <https://doi.org/10.1590/s1414-49802008000100006>
- Campolina, A., Dini, P., & Ciconelli, R. (2011). Impacto da doença crônica na qualidade de vida de idosos da comunidade em são paulo (SP, Brasil). *Ciencia e Saude Coletiva*, 16(6), 2919–2925. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232011000600029>

- Caruana, A. (2008). Service Loyalty. *Journal of Service Research*, 11(1), 22–42.
<https://doi.org/10.1177/1094670508319094>
- Cheibub, B. (2012). *Reflexões Sobre o Turismo Social a Partir da História Institucional do Serviço Social do Comércio (Sesc)*. Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul - Universidade de Caxias do Sul.
https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/02/05_Cheibub.pdf
- Chieira, C. da C. (2013). *Os determinantes da satisfação dos clientes bancários* [Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra].
<http://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/handle/10316/24884>
- Churchill, G., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, XIX, 491–504.
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2016.5.002>
- Comissão das Comunidades Europeias. (2007). *Os serviços de interesse geral, incluindo os serviços sociais de interesse geral: um novo compromisso europeu*. Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões que acompanha a comunicação “Um mercado único para a Europa do século XXI.” <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0725:FIN:PT:PDF>
- Duarte, R. (2002). Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo. *Cadernos de Pesquisa*, 115, 139–154. <https://doi.org/10.1590/s0100-15742002000100005>
- Eusébio, C., Carneiro, M., Kastenholz, E., & Alvelos, H. (2016). The impact of social tourism for seniors on the economic development of tourism destinations. *European Journal of Tourism Research*, 12, 5–24.
- Eusébio, C., Carneiro, M., Kastenholz, E., & Alvelos, H. (2017). Social tourism programmes for the senior market: a benefit segmentation analysis. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(1), 59–79. <https://doi.org/10.1080/14766825.2015.1117093>
- Ferrer, J., Sanz, M., Ferrandis, E., McCabe, S., & García, J. (2016). Social Tourism and Healthy Ageing. *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 297–307.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2048>
- Freitas, A. (2015). *A qualidade de serviço na satisfação e fidelização de clientes : o caso de*

- uma microempresa* [Universidade Lusíada De Vila Nova De Famalicão].
<https://doi.org/http://hdl.handle.net/11067/2397>
- GEP/MTSSS. (2019). *Carta Social – Rede De Serviços E Equipamentos 2018*. Gabinete de Estratégia e Planeamento. <http://www.cartasocial.pt/pdf/social2018.pdf>
- Giese, J., & Cote, J. (2000). Defining customer satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*. www.amsreview.org/amsrev/theory/giese00-01.html
- Gustafsson, A., Johnson, M. D., & Roos, I. (2005). The Effects of Customer Satisfaction, Relationship Commitment Dimensions, and Triggers on Customer Retention. *Journal of Marketing*, 69(4), 210–218. <https://doi.org/10.1509/jmkg.2005.69.4.210>
- Ilieska, K. (2013). Importance of Customer Satisfaction. *TEM Journal*, 2(4), 327–331.
- Instituto da Segurança Social. (2007a). *Estrutura Residencial para Idosos - Manual de Processos-Chave*. http://www.seg-social.pt/documents/10152/13652/gqrs_lar_estrutura_residencial_idosos_Processos-Chave/1378f584-8070-42cc-ab8d-9fc9ec9095e4
- Instituto da Segurança Social. (2007b). *Estrutura Residencial para Idosos - Questionários de Avaliação da Satisfação*. http://www.seg-social.pt/documents/10152/13880/gqrs_lar_estrutura_residencial_idosos_questionarios/7c26e4f4-785e-4428-ac29-7ec2443b2ba8
- Instituto da Segurança Social. (2010a). *Centro de Dia - Manual de Processos-Chave*. Instituto da Segurança Social I.P. http://www.seg-social.pt/documents/10152/13694/gqrs_centro_dia_processos-chave/439e5bcd-0df3-4b03-a7fa-6d0904264719
- Instituto da Segurança Social. (2010b). *Centro de Dia - Questionários de Avaliação da Satisfação*. Instituto da Segurança Social I.P. http://www.seg-social.pt/documents/10152/13701/gqrs_centro_dia_questionarios/16bb8cbd-a12b-4f34-96fe-bf2cb52e3b9a
- Instituto da Segurança Social. (2010c). *Serviço de Apoio Domiciliário - Manual de Processos-Chave* (Instituto da Segurança Social I.P. (ed.); 2ª edição). Instituto da Segurança Social I.P. http://www.seg-social.pt/documents/10152/13866/gqrs_apoio_domiciliario_processos-chave/70fb69dd-708c-4318-96be-fdd98513da3f

- Instituto da Segurança Social. (2010d). *Serviço de Apoio Domiciliário - Questionários de Avaliação da Satisfação* (2ª edição). Instituto da Segurança Social I.P. http://www.seg-social.pt/documents/10152/13859/gqrs_apoio_domiciliario_questionarios/7cb48b66-f561-4702-8e8f-1a1a0c3b3d47
- Instituto da Segurança Social. (2014). *Guia Prático – Acolhimento Familiar – Pessoas Idosas e Adultas com Deficiência*. Instituto da Segurança Social I.P. http://www.seg-social.pt/documents/10152/27270/acolhimento_familiar_pessoas_adultos_deficiencia/b0993281-5617-4dca-b5bc-ae19c05cf430
- Instituto Nacional de Estatística. (2017). *Índice de envelhecimento (projeções 2015-2080 - No.) por Local de Residência*. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0009095&contexto=bd&selTab=tab2&xlang=en
- International Social Tourism Organization. (n.d.). *Definitions | OITS - ISTO*. Retrieved May 22, 2019, from <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=39>
- Kleinsorge, I., & Koenig, H. (1991). The silent customers: Measuring customer satisfaction in nursing homes. *Journal of Health Care Marketing*, 11(4), 2–13.
- Kluthcovsky, A., & Takayanagui, A. (2007). Qualidade De Vida-Aspectos Conceituais - Quality of life-conceptual issues. *Revista Salus-Guarapuava-PR*, 1(1), 13–15. http://www.observatorionacionaldoidoso.fiocruz.br/biblioteca/_artigos/12.pdf
- Kotler, P. (2001). *Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados* (Futura (ed.); 9th ed.).
- Larán, J., & Espinoza, F. (2004). Consumidores satisfeitos, e então? Analisando a satisfação como antecedente da lealdade. *Revista de Administração Contemporânea*, 8(2), 51–70. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552004000200004>
- Le Serre, D., & Chevalier, C. (2012). Marketing travel services to senior consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 29(4), 262–270. <https://doi.org/10.1108/07363761211237335>
- Lei n.º 30/2013. (2013). *Lei de Bases da Economia Social*. Diário Da República n.º 88/2013, Série I de 2013-05-08; Diário da República n.º 88/2013, Série I de 2013-05-08. <https://dre.pt/application/conteudo/260892>
- Lima, J., Eusébio, C., & Varum, C. (2011). O combate à exclusão social através de programas de turismo social para famílias economicamente carenciadas. *Internacional Conference*

- on Tourism & Management Studies, I(i)*, 639–653.
- Lobo, A., Santos, L., & Gomes, S. (2014). Level of dependency and quality of life of elderly. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 67(6), 913–919. <https://doi.org/10.1590/0034-7167.2014670608>
- Martins, H. (2004). Metodologia qualitativa de pesquisa. *Educação e Pesquisa*, 30(2), 289–300. <https://doi.org/10.1590/s1517-97022004000200007>
- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis. Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. www.beltz.de
- Melo, A. (2015). *A desconfirmação negativa da experiência e o seu impacto no valor da marca: O cliente leal e o cliente envolvido*. Faculdade de Economia da Universidade do Porto.
- Ministério da Solidariedade e da Segurança Social. (2013). *Portaria n.º 38/2013 - Diário da República 1.ª série — N.º 21*. Diário da República 1.ª série — N.º 21 Imprensa Nacional-Casa da Moeda, S. A. http://www.seg-social.pt/documents/10152/1197978/Port_38_2013
- Ministério do Trabalho e Segurança Social. (2006). *Respostas Sociais - Nomenclaturas/Conceitos*. Direção-Geral da Segurança Social, da Família e da Criança. https://observatorio-lisboa.eapn.pt/ficheiro/Conceitos_das_Respostas_Sociais.pdf
- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2011). What is social tourism? *Current Issues in Tourism*, 14(5), 403–415. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.568051>
- Moita, J., Graça, M., Vivas, C., Leal, S., & Oliveira, S. (2019). Turismo Social Sénior: Caracterização do Perfil e Preferências do Idoso Institucionalizado na Região do Aletejo. *THIJ – Tourism and Hospitality International Journal*, 12(1), 139–163. <http://www.isce-turismo.com/revista-cientifica/volume-12-nmero-1>
- Morgan, N., Pritchard, A., & Sedgley, D. (2015). Social tourism and well-being in later life. *Annals of Tourism Research*, 52(May), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.015>
- Nogueira-Martins, M., & Bógus, C. (2004). Considerações sobre a metodologia qualitativa como recurso para o estudo das ações de humanização em saúde. *Saúde e Sociedade*, 13(3), 44–57. <https://www.scielo.org/pdf/sausoc/2004.v13n3/44-57/pt>
- Oliveira, E., Gomes, M., & Paiva, K. (2011). Institucionalização e qualidade de vida de idosos da região metropolitana de Vitória - ES. *Escola Anna Nery*, 15(3), 618–623. <https://doi.org/10.1590/s1414-81452011000300011>

- Oliveira, S., Leal, S., Vivas, C., Nascimento, J., Barradas, L. C., João, R. S., Passarinho, A., Santos, C., Amaral, M., Rodrigues, A. I., & Ferreira, R. (2019). *Volto Já - Programa de Intercâmbio Sénior: Projeto na Área do Turismo Social Sénior*. Comunicação apresentada no I Congresso Internacional de Turismo Sénior, Universidade dos Açores.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer* (McGraw-Hill (ed.)).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(September 2014), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Patterson, P., Johnson, L., & Spreng, R. (1996). Modeling the Determinants of Customer Satisfaction for Business-to-Business Professional Services. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(1), 4–17. <https://doi.org/10.1177/0092070397251002>
- Pereira, M., Melo, C., Gameiro, S., & Canavarro, M. C. (2013). Estudos psicométricos da versão em Português Europeu do índice de qualidade de vida EUROHIS-QOL-8. *Laboratório de Psicologia*, 9(2), 109–123. <https://doi.org/10.14417/lp.627>
- Pinheiro, P. (2013). *Avaliação da Satisfação dos Utentes num Serviço de Saúde Hospitalar* [Universidade de Aveiro]. <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/11441/1/Dissertação.pdf>
- Rizwan, M., Umair, M., Fiaz, A., & Rashid, Q. (2014). Determinants of Customer Satisfaction and its impact on Customer loyalty in Nokia brand. *Journal of Sociological Research*, 5(1), 430–448. <https://doi.org/10.5296/jsr.v5i1.6574>
- Runa, A., & Miranda, G. (2015). Validação Portuguesa das escalas de Bem-estar e Mal-estar emocional. *RISTI - Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao*, 16, 129–144. <https://doi.org/10.17013/risti.16.129-144>
- Sardinha, B., Soares, A., Marques, B., & Dias, O. (2015). *Definição de um Modelo Nacional De Reconhecimento dos Sistemas da Qualidade nas Instituições de Serviço Social* (pp. 1–295). [https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/22083/1/ANEXO31_Rel_Sistemas de qualidade_instituicoes_sociais.pdf](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/22083/1/ANEXO31_Rel_Sistemas_de_qualidade_instituicoes_sociais.pdf)
- Segurança Social. (2016). *Idosos*. <http://www.seg->

social.pt/idosos?p_p_id=56_INSTANCE_4qMi&p_p_lifecycle=1&p_p_state=exclusive
&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-
1&p_p_col_count=1&_56_INSTANCE_4qMi_struts_action=%2Fjournal_content%2Fex-
port_article&_56_INSTANCE_4qMi_groupId=10152&_56_INSTANCE_

- Seidl, E., & Zannon, C. (2004). Qualidade de vida e saúde: aspectos conceituais e metodológicos. *Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, 20*(2), 580–588. <http://www.scielo.br/pdf/csp/v20n2/27.pdf>
- Sousa, J. (2011). *Satisfação de Clientes - O Caso de Uma Empresa Industrial* -. [https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/16192/2/Satisfação de Clientes_O Caso de Uma Empresa Industrial.pdf](https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/16192/2/Satisfação%20de%20Clientes_O%20Caso%20de%20Uma%20Empresa%20Industrial.pdf)
- Spreng, R., MacKenzie, S., & Olshavsky, R. (1996). A Reexamination of the Determinants of Consumer Satisfaction. *Journal of Marketing, 60*(3), 15. <https://doi.org/10.2307/1251839>
- Tinoco, M., & Ribeiro, J. (2007). Uma nova abordagem para a modelagem das relações entre os determinantes da satisfação dos clientes de serviços. *Production, 17*(3), 454–470. <https://doi.org/10.1590/s0103-65132007000300005>
- United Nations. (2019). *World Population Prospects 2019: Ten Key Findings*. Department of Economic and Social Affairs | Population Division. <https://population.un.org/wpp>
- Upamannyu, N., Bhakar, S., & Gupta, M. (2015). Effect of Corporate Image on Brand Trust and Brand Affect. *International Journal of Applied Science-Research and Review (IJAS), 2*(1), 20–33. <https://doi.org/10.1080/12297119.2007.9707259>
- Willis, R., Evandrou, M., Pathak, P., & Khambhaita, P. (2016). Problems with measuring satisfaction with social care. *Health & Social Care in the Community, 24*(5), 587–595. <https://doi.org/10.1111/hsc.12231>
- World Tourism Organization. (1999). Lisbon Letter on Senior Tourism. In *UNWTO Declarations* (Vol. 09, Issue 02, pp. 1–8). UNWTO. <https://doi.org/10.18111/unwtodeclarations.1999.09.02>
- Yelkur, R. (2000). Customer satisfaction and the services marketing mix. *Journal of Professional Services Marketing, 21*(1), 105–115. https://doi.org/10.1300/J090v21n01_07
- Yi, Y. (1989). *A Critical Review of Consumer Satisfaction* (pp. 1–76). School of Business Administration University of Michigan. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Zeithaml, V. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.
<https://doi.org/10.1177/002224298805200302>

Anexos

Anexo 1: Consentimento informado para participação na Investigação e proteção de dados pessoais

Exmo. (a) Sr. (a)

Eu, Eva dos Santos Martins Barbosa Mendonça, Bolseira de Investigação da Escola Superior de Gestão e Tecnologia do Instituto Politécnico de Santarém, atualmente a terminar o segundo ano do Mestrado de Gestão de Organizações de Economia Social, venho por este meio solicitar a sua autorização para a participação na Investigação que estou a desenvolver, subordinada ao tema “A satisfação dos clientes seniores das Organizações de Economia Social: o papel da participação em programas de turismo social”, orientada pela Professora Doutora Sandra Oliveira e pela Professora Doutora Susana Leal.

O que lhe peço é que responda às questões da entrevista em anexo, que será gravada para posterior transcrição e análise dos dados obtidos. A entrevista demorará entre 20 a 30 minutos, é anónima e as respostas confidenciais. Nenhuma informação individual será publicada. Não haverá qualquer inconveniência para todos os que participam nesta investigação, assim como, para os que não participam.

Só será aplicada e gravada a entrevista se o seu consentimento for dado. Cada participante mantém a liberdade de cessar o seu consentimento a qualquer momento, deixando de participar no estudo. Os dados serão tratados apenas e exclusivamente pelos responsáveis desta investigação.

Com os melhores cumprimentos e atenciosamente ao seu dispor,

A discente

(Eva dos Santos Martins Barbosa Mendonça)

Anexo 2: Entrevista

a) Caracterização Sociodemográfica

1.	Idade	___ anos				
2.	Género	___ Masculino	___ Feminino			
3.	Estado civil	___ Solteiro/a	___ Casado/a	___ Divorciado/a	___ Separado/a	___ Viúvo/a
		___ Outro.	Qual?			
4.	Escolaridade	___ 1ºCiclo	___ 2ºCiclo	___ 3ºCiclo	___ Secundário	___ Ensino Superior
		___ Sem escolaridade				
5.	Há quanto tempo se encontra ligado à Organização?	___ Até 6 meses (inclusive)	___ 7 a 12 meses	___ 13 a 24 meses	___ 25 a 36 meses	___ 37 ou mais meses
6.	Tem filhos?	___ Sim	___ Não	Se sim, Quantos?		

b) Guião de Entrevista

Questões
1. De uma forma geral, como avalia a Organização?
2. Encontra-se Satisfeito ou Insatisfeito com a Organização? 2.1. Porquê?
3. Como avalia a limpeza e arrumação dos espaços?
4. Considera as instalações confortáveis?
5. Está satisfeito com a forma como os colaboradores prestam os serviços?
6. Como avalia as refeições?
7. O que sente em relação aos cuidados de higiene e imagem que são prestados?
8. Considera que lhe prestam o apoio e os cuidados de saúde que precisa?
9. Sente-se satisfeito com o apoio às atividades diárias que a Organização fornece?
10. Sente-se satisfeito com a sua saúde?
11. Como avalia a sua qualidade de vida desde que se encontra ligado a esta organização?
12. Costuma participar nas atividades planeadas pela Organização? 12.1. Está satisfeito com estas atividades?
13. Costumava realizar viagens ou outras atividades turísticas e de lazer antes de se encontrar nesta Organização? 13.1. Se não, porquê? 13.2. Se sim, qual era a sua motivação para essas viagens ou atividades? 13.3. Quais eram as atividades que realizava?

<p>14. Desde que está ligado à Organização, realizou alguma viagem ou atividade turística e de lazer?</p> <p>14.1. Se não, porquê?</p> <p>14.2. Se sim, qual era a sua motivação para participar nessas viagens ou atividades?</p> <p>14.2.1. Quais as atividades desenvolvidas?</p>
<p>15. Quando participa em atividades turísticas e de lazer desenvolvidas pela Organização, como se sente em relação à Organização?</p> <p>15.1. Porquê?</p>
<p>16. As atividades turísticas e de lazer têm impacto na sua satisfação com a Organização?</p> <p>16.1. Como?</p>
<p>17. Quando participa nas atividades turísticas e de lazer que a Organização promove, sente impacto na sua qualidade de vida?</p> <p>17.1. De que forma?</p>
<p>18. Pensando numa melhoria da sua qualidade de vida, considera que seria importante ter mais oportunidades de usufruir de experiências turísticas e de lazer?</p> <p>Porquê?</p>
<p>19. O que sente em relação ao acompanhamento dos técnicos que o receberam?</p> <p>19.1. Porquê?</p>
<p>20. E como avalia os técnicos que o acompanharam?</p> <p>20.1. Porquê?</p>
<p>21. Sentiu-se integrado com os restantes participantes do intercâmbio?</p>
<p>22. Como avalia a experiência de convívio proporcionada pela mobilidade?</p>
<p>23. Como avalia as instalações onde pernoitou?</p> <p>23.1. Porquê?</p>
<p>24. Que opinião tem dos transportes utilizados durante a mobilidade?</p> <p>24.1. Porquê?</p>
<p>25. O que pensa das refeições que foram preparadas pela Organização que o acolheu?</p> <p>25.1. Porquê?</p>
<p>26. De uma forma geral, como avalia o programa de atividades que realizou?</p>
<p>27. Ficou satisfeito com o programa de atividades do intercâmbio sénior?</p> <p>27.1. Porquê?</p>
<p>28. Se pudesse repetir, voltaria a participar?</p>
<p>29. Recomendaria a um amigo seu participar num intercâmbio sénior?</p>
<p>30. Sente-se mais satisfeito com a sua Organização por ter participado neste intercâmbio sénior?</p> <p>30.1. Porquê?</p>

Muito obrigada!