UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
CURSO DE TURISMO

DAVI ARANHA DA CUNHA

UM ESTUDO SOBRE ADAPTAÇÕES REALIZADAS PELA HOTELARIA EM SÃO LUIS - MA PARA ATENDER AO SEGMENTO DA TERCEIRA IDADE

São Luis
2006

DAVI ARANHA DA CUNHA

UM ESTUDO SOBRE ADAPTAÇÕES REALIZADAS PELA HOTELARIA EM SÃO LUIS - MA PARA ATENDER AO SEGMENTO DA TERCEIRA IDADE.

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para obtenção do grau de bacharel em Turismo.

Orientadora: Professora Dra. Rozuila Neves Lima

São Luis
2006

DAVI ARANHA DA CUNHA

UM ESTUDO SOBRE ADAPTAÇÕES REALIZADAS PELA HOTELARIA EM SÃO LUIS - MA PARA ATENDER AO SEGMENTO DA TERCEIRA IDADE.

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para obtenção do grau de bacharel em Turismo.

Aprovada em / /

BANCA EXAMINADORA

_____

Profa. Dra. Rozuila Neves Lima (Orientadora)
Doutora em lingüística e semiótica
Universidade Estadual de São Paulo

_____

Prof.ª MSc. Nila da Conceição Cardoso Ferreira
Mestre em Saúde Pública
Universidade Federal do Maranhão

_____

Prof. MSc. José Márcio Soares Leite
Mestre em Ciências da Saúde
Universidade Federal do Maranhão

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter me iluminado a alma e mente.

Aos meus pais, pelo amor e incentivo que me proporcionaram chegar até aqui.

Aos professores do curso de Turismo da UFMA, pelo conhecimento compartilhado e pelas chances que me foram proporcionadas.

Em especial agradeço às minhas orientadoras Roselis Câmara e Rozuila Lima, pela paciência, disposição e incentivo para a realização deste trabalho.

Nos olhos do jovem arde a chama. Nos do velho brilha a luz.

Victo

RESUMO

Estudo descritivo, que teve como objetivo demonstrar as adaptações na rede hoteleira de São Luis para atender ao segmento da terceira idade. A população alvo foi constituída de 14 hotéis de São Luis que fazem parte da ABIH/MA, sendo utilizado para coleta dos dados um questionário com oito questões. Discutiu-se a segmentação de mercado, a compreensão da terceira idade e as adaptações em equipamentos hoteleiros. Obteve-se resultados quanto à taxa de ocupação, existência e tipos de adaptações, flexibilização de cardápio, monitoramento do setor de A&B por nutricionistas e convenio para atendimento de saúde dos clientes. Concluiu-se que o Turismo na terceira idade é um segmento viável e em expansão, que a rede hoteleira de São Luis possui poucas adaptações voltadas para esse público, necessitando de implementação, sendo este estudo uma tentativa de organizar um conjunto de dados de relevância não somente para profissionais de turismo.

PALAVRAS – CHAVE: Turismo, Terceira idade, Hotelaria, Adaptações.

ABSTRACT

Descriptive study, which has as a goal, the demonstration of the adaptations in the hotel network in São Luis to serve better the elder people. The target population was constituted of 14 hotels in São Luis which are members of ABIH/MA, using as a data source an eight- questions questionnaire. It was discussed the market division, the comprehension of the specific needs and proper equipment adaptation for the elder people. The results were relevant about the occupation rates, the different adaptations and types, menu management, the food and drink monitoring by nutritionists and partnership for health care directed to the clients. It was concluded that tourism for elder people is worthwhile segment and in constant expansion, and the lack of those adaptations in the hotels of São Luis, and in extreme need of implementation, considering this study as an attempt to organize a relevant data bank not only for the tourism professionals.

KEYWORDS: Tourism, Third age, Hotelier, Adaptations

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 09

1.1 Objetivos **11**
1.1.1 Geral **11**
1.1.2 Específicos **12**
1.2 Aspectos metodológicos **12**
1.2.1 Tipo de estudo **12**
1.2.2 Local de pesquisa **13**
1.2.3 Objeto de pesquisa e amostra **13**
1.2.4 Instrumental **13**
1.2.5 Coleta de dados **14**
1.2.6 Análise **14**
2 SEGMENTAÇÃO DE MERCADO:uma busca por público específico **15**
3 COMPREENDENDO A TERCEIRA IDADE **20**
3.1 Panorama sobre o segmento turístico para a terceira idade **23**
3.2 Motivação da terceira idade para o turismo **26**
4 TERCEIRA IDADE E ADAPTAÇÕES EM EQUIPAMENTOS HOTELEIROS **29**
5 RESULTADOS E INTERPRETAÇÃO **34**
6 CONCLUSÃO **43**
REFERÊNCIA 46
APÊNDICE 48
ANEXO 50

1 INTRODUÇÃO

As adaptações hoteleiras de São Luis com foco no atendimento ao segmento da terceira idade, constitui-se no objeto deste estudo, considerando que este público torna-se cada vez mais ativo e, freqüentemente, surgem novas

entidades que congregam esses indivíduos, motivando-os a buscarem alternativas de emprego do seu tempo livre.

No Brasil, nas ultimas décadas, a pirâmide etária vem assinalando um aumento significativo da população idosa. Segundo o Censo IBGE 2000, dos 170 milhões de habitantes, 14,5 milhões se encontram com 60 anos ou mais, não podendo ser ignorado o potencial econômico dessa faixa, a terceira idade e seu impacto sobre os setores produtivos, incluindo o lazer e o turismo.

A escolha desse tema para a realização de monografia decorreu da observação que, desde o desembarque até a instalação nos espaços de alojamento, passando por áreas de refeição, de reuniões e de lazer, o público da terceira idade necessita de dispositivos tecnológicos e arquitetônicos adequados para oferecer-lhes condições irrestritas de segurança e de conforto.

Hoje o turismo é a atividade que mais cresce no mundo, podendo ser observado como verdadeiro fenômeno vinculado direta e indiretamente à cultura e ao lazer. Por ser um setor formado pelo conjunto de atividades econômicas relacionadas com a prestação de serviços, englobando empresas que se dedicam a transportes, hospedagem, organização de viagens, restauração, manutenção e informações turísticas, é uma atividade abrangente e diversificada.

Com enfoque nesta cadeia abrangente, o mercado turístico foi dividido em alguns segmentos, no qual o turismo para a terceira idade está engajado. Os preços econômicos de hospedagens em baixa temporada, as viagens realizadas por agências especializadas, as visitas culturais e atividades de lazer são os principais focos deste segmento.

No Brasil, esse segmento vem conquistando seu espaço no mercado, por incentivos do governo e pela especialização e interesse de algumas empresas. Faz-

se necessário citarmos, neste contexto, a criação dos grupos da terceira idade do SESC em 1963, a Lei nº8.842, de 04.01.1994, que dispõe sobre a Política Nacional do Idoso, o Projeto Vida Ativa na Terceira idade, do Ministério do Esporte e Turismo em 1997 e o Clube da Melhor idade criado pela Embratur.

> A expressão Terceira Idade originou-se na França, com a invenção de universidades para Terceira Idade, na década de 1970. alguns pesquisadores que estudam a velhice atribuem essa expressão como uma forma de tratamento para as pessoas de mais idade, expressão essa que ainda não adquiriu uma conotação depreciativa , não estando associada, portanto, com uma idade cronológica precisa (MENDES, 2002, p.6).

Segundo Moletta (2000), pode-se conceituar o turismo da terceira idade como sendo um tipo de turismo planejado para as necessidades e possibilidades de pessoas com mais de 60 anos, que dispõem de tempo livre e condições financeiras favoráveis para aproveitar o turismo.

Em São Luis, por seus recursos culturais e naturais, observa-se um mercado bastante promissor, tendo em vista que seu potencial turístico engloba roteiros que se enquadram perfeitamente às necessidades do turismo da terceira idade. Ao analisarmos o público em questão formado, segundo Bestetti (2002, p.2) “por pessoas que podem apresentar mobilidade física restrita pela degradação natural do organismo, além de possíveis limitações visuais e auditivas”, torna-se importante o estudo das adaptações necessárias que proporcionem a inclusão em todos os espaços das instalações hoteleiras, para que essa segmentação turística seja atendida da melhor forma, visando o seu incremento em nossa cidade.

Este trabalho esta dividido em seis partes, sendo que o referencial teórico menciona a segmentação de mercado, a compreensão da terceira idade e as adaptações em equipamento hoteleiro para a terceira idade. O resultado da pesquisa de campo está registrado no capítulo 5, seguindo-se das conclusões.

O capitulo 2, sobre segmentação de mercado enfoca o conceito, causas, importância e lucratividade, traçando também um perfil sobre o público em pauta.

Aborda-se sobre a compreensão da terceira idade no capítulo 4, onde cita-se os tipos de idade, quem faz parte deste grupo, os benefícios que essa segmentação traz para as localidades e a motivação desse público para o turismo.

No capítulo 5, enfatiza-se sobre as adaptações em equipamentos hoteleiros o qual indica os atrativos mais procurados por esse público, a Lei nº10.098/2000, que dispõe sobre a acessibilidade a pessoas portadoras de deficiência ou mobilidade reduzida e orientação sobre as adaptações necessárias para atendimento dessa demanda.

Esta pesquisa refere-se principalmente às adaptações da estrutura física dos meios de hospedagem para um atendimento com conforto e segurança ao publico da terceira idade.

1.1 Objetivo

1.1.1 Geral

Demonstrar a existência de adaptações na rede hoteleira de São Luis do Maranhão, que atenda o segmento da terceira idade.

1.1.2 Específicos

- Identificar o tipo de adaptação existente na rede hoteleira;
- Levantar as deficiências com relação ao atendimento para a terceira idade.

1.2 Aspectos Metodológicos

1.2.1 Tipo de Estudo

Este trabalho trata-se de uma pesquisa bibliográfica, descritiva e com análise quantitativa dos dados coletados, sendo voltada para o tema “Turismo na Terceira Idade” com enfoque na segmentação de mercado.

O caráter bibliográfico foi contemplado pela revisão da literatura disponível sobre o tema, descritiva porque pretendeu narrar, com exatidão, os fatos e os fenômenos de uma determinada realidade, neste caso as adaptações existentes na rede hoteleira de São Luis do Maranhão para o atendimento da terceira idade, e quantitativa, porque traduz numericamente o dado procurado no estudo.

Quanto aos meios, refere-se a uma pesquisa de campo, tendo em vista a investigação de um grupo de pessoas acerca de um fenômeno, na localidade onde o mesmo ocorre.

1.2.2 Local de Pesquisa

A pesquisa foi realizada no município de São Luis, nos Hotéis a seguir: Boulevard, LaRavardière, Praia Ponta D´Areia, Ryad, São Luis Park, Lord Hotel, Abbeville, Brisamar, Delphia American, Delphia Number one, Delphia Bellagio,

Praia Mar, Skina e Calhau Praia. Também foram entrevistados, em suas próprias dependências, os gerentes dos respectivos meios de hospedagem.

1.2.3 Objeto de pesquisa e Amostra

O objeto de pesquisa a ser analisado foi extraído a partir de uma amostragem constituída por 14 hotéis que fazem parte da Associação da Indústria Hoteleira – ABIH/MA . A seleção desses hotéis representará uma parte do total de hotéis de nossa cidade a ser submetida à proposta de adaptações hoteleiras para a terceira idade tendo como paradigma à autora Bestetti.

1.2.4 Instrumento

O instrumento utilizado foi um questionário contendo oito questões, sendo sete fechadas, com perguntas dicotômicas ou de múltipla escolha e uma questão aberta. O questionário continha um cabeçalho inicial orientando o entrevistado sobre o objetivo da pesquisa .

Depois de elaborado, o questionário foi submetido a um pré-teste sendo aplicado em dois hotéis do total estabelecido, para avaliar se o mesmo estava adequado aos objetivos do estudo, no que se refere à clareza de entendimento do entrevistado. Após esta experiência prévia, as questões que apresentavam certa dificuldade foram reformuladas para melhor compreensão.

1.2.5 Coleta de dados

A coleta de dados foi realizada no período de 10 a 30.10.2005 por meio da aplicação do questionário (Apêndice A). O pesquisador identificava-se como aluno do Curso de Turismo da UFMA aos gerentes solicitando a indicação do funcionário que pudesse prestar as informações necessárias. Houve demora em serem realizadas as entrevistas, considerando a falta de horário na agenda dos entrevistados.

1.2.6 Análise dos dados

A análise dos dados foi submetida a uma abordagem quantitativa, sendo os mesmos agrupados de acordo com sua natureza, dentro de padrões estatísticos, sob a forma de percentual, organizados em tabelas e gráficos que facilitem o seu entendimento para análise, de acordo com as situações identificadas, correlacionando-as com a literatura existente e a opinião do autor.

2 **SEGMENTAÇÃO DO MERCADO:** uma busca por público específico

Nas últimas décadas, fatores como a evolução e o aprimoramento dos meios de transportes, o aumento do tempo livre, as melhores condições econômicas da população e a necessidade de fuga dos grandes centros urbanos, têm alterado o

setor turístico, resultando no aumento do número de pessoas que viajam e o conseqüente desenvolvimento da infra-estrutura e dos equipamentos hoteleiros.

A atividade turística é um fenômeno de ação constante que envolve uma ampla diversidade de prestação de serviços ao movimentar a estrutura econômica e social de uma localidade. Esse fenômeno gera o chamado mercado turístico, onde se encontram consumidores turistas e empresas produtoras dos bens e serviços do turismo. O mesmo gira em torno de dois elementos básicos, a demanda turística e a oferta turística.

Segundo Ansarah (1999, p. 37), a demanda turística pode ser definida como “quantidade de bens e serviços turísticos que os indivíduos desejam e são capazes de consumir a um dado preço, em um determinado período de tempo”. Vemos, então, que o consumidor de produtos turísticos é o principal agente econômico, responsável pela demanda turística. De acordo com a mesma autora oferta turística “é o conjunto de atrações naturais e artificiais de uma região, assim como de todos os produtos turísticos à disposição dos consumidores para satisfação de suas necessidades” (ANSARAH, 1999, p. 50).

Por ser uma atividade que atinge vários setores da economia local, o turismo obteve grande destaque no final do século passado e início deste, porém torna-se necessária uma constante avaliação quantitativa e qualitativa por parte dos turistas que entram e saem de um destino turístico numa determinada época, bem como o perfil da demanda real, suas necessidades e desejos. Quanto maior for o conhecimento sobre o mercado-alvo, maior será a eficácia das técnicas mercadológicas de publicidade e de promoção.

A segmentação do mercado turístico, o quanto for necessário, permite uma análise completa e segura dos elementos que conduzirão os planos de desenvolvimento turístico. Beni define claramente este conceito:

> Segmentar o mercado é identificar clientes com comportamentos homogêneos quanto a seus gostos e preferências. A segmentação possibilita o conhecimento dos principais destinos geográfico, dos tipos de transportes, da composição demográfica dos turistas e da sua situação social e estilo de vida, entre outros elementos. (BENI, 1998, p.149)

O mercado consumidor tem se tornado mais específico e exigente nesses últimos anos, o que tem levado os administradores de marketing a segmentá-lo para então oferecer produtos e serviços relacionados que tenham a capacidade de atender e superar as expectativas de seus consumidores. Como conseqüência, houve o aumento da oferta de produtos mais baratos e de melhor qualidade, desencadeando a concorrência acirrada entre os prestadores de serviços.

Dentro deste contexto devemos destacar três causas que têm levado as empresas a trabalhar com segmentos específicos na visão de Ansarah (1999, p.18):

A primeira é o direcionamento do marketing, que não está mais interessado em apenas vender o produto e sim atingir a satisfação do cliente e encantá-lo.

A segunda é o consumidor dos anos 90 que adotou uma nova postura de consumo. Ele não só ficou mais exigente quanto a produtos e serviços, como também está de mente aberta para aceitar novas sugestões (opções) que atendam suas necessidades específicas.

A terceira causa foi a recessão dos anos 80 e o emprego de ferramentas de gestão de qualidade na área empresarial.

Considerando que tanto empresas como consumidores buscam cada vez mais novos caminhos para o mercado turístico, a segmentação torna-se uma

ferramenta importante para a obtenção de informações a respeito do cliente. A informação permite segmentar o mercado de forma a atender, com produtos e serviços personalizados, facilitando e otimizando sua elaboração, direcionando-os ao publico que se deseja atingir.

A mudança do perfil do consumidor aliado a outros fatores faz surgir um novo cenário. O turismo de grupo passa a ser questionado por pessoas que desejam uma viagem de caráter personalizado a um preço acessível, com isso, podemos perceber que os grupos de consumidores mudaram sua postura, desejando cada vez menos viagens com uma programação generalizada oferecida pelo turismo de massa. O consumidor, passa a desejar, uma programação personalizada e, direcionada às suas necessidades e anseios.

Esse cenário de mudança provocou o surgimento de empresas que conseguiram perceber a constante segmentação deste mercado tão instável e ansioso por novos produtos e formas de prestação de serviço. Surge então, uma nova atividade econômica, geradora de renda, principalmente em lugares que, praticamente, não exista disponibilidade de recursos humanos para o desenvolvimento intensivo de outras atividades como a indústria e agricultura.

A partir da constatação do envelhecimento da população brasileira nas últimas décadas, diversos setores começaram a se preocupar com a introdução de produtos especificadamente ligados às necessidades desse público. Gera-se, conseqüentemente, o turismo voltado para a terceira idade que atende tanto aos anseios dos idosos quanto a movimentação econômica do setor turístico. Segundo a ABAV – Associação Brasileira das Agências de Viagem:

> [...] apurou recentemente, 20% da receita gerada pelo turismo brasileiro é proveniente do fluxo dos turistas da chamada terceira idade – pessoas com mais de 60 anos. Por terem mais tempo livre, essas pessoas podem viajar em baixa temporada com um desconto de até 30% (ABAV apud PADOVANI, 2005, p.2).

Em termos gerais, a maioria das pessoas entende a terceira idade como uma fase problemática da vida, na qual existem inúmeros problemas de saúde e limitações de deslocamento de um lugar para outro. Para Carvalho Filho; Papaléo Neto (1994, p. 31), “o envelhecimento natural foi erroneamente caracterizado como um estado patológico, o que estimulou mais a tentativa de combatê-lo do que entendê-lo”. Este conceito está sendo revisto e superado a cada dia e, atualmente, pesquisas comprovam que o processo natural de envelhecimento não é um fator que impeça o exercício da maioria das atividades cotidianas de um adulto de qualquer idade.

De encontro com o ponto de vista acima, constata-se ainda o fato de que as rendas da aposentadoria e dos fundos de pensão tiveram um crescimento de 54% (enquanto a renda do trabalhador caiu 8,5% ao ano, em média). Entende-se porque só agora o mercado resolveu pesquisar e entender as expectativas e os anseios deste segmento da população e, com isso, conhecer os dados dos mais relevantes que ajudam a traçar um perfil minucioso sobre a terceira idade. Entre os principais tem-se que (http://ibahia.globo.com/tvbahia):

- A maioria das pessoas acima de 60 anos de idade no Brasil é mulher;
- A renda desta faixa etária totaliza R$ 60 bilhões ao ano (o dobro da media nacional);
- A renda media desta população é de cerca de R$ 600,00;
- A proporção de pessoas que pertencem às classes AB á maior do que a média nacional (38% dos idosos estão nesta classe, contra 29% do total nas regiões metropolitanas);
- 68% das pessoas neste segmento influenciam as compras em seus lares;
- 47% dos idosos auxiliam com contribuições esporádicas, mas que ajudam a melhorar o padrão de consumo da família.

Diante desses dados percebe-se que essa população é um mercado consumidor atraente, sendo que as empresas precisam despertar para essa questão criando produtos para essa faixa etária, considerando que a pesquisa feita pela Rede Bahia de Televisão cita que “o problema é que, na maioria das situações,

não encontram o que procuram com facilidade”. Dentre os investimentos que devem ser orientados para este segmento estão: vestuário, alimentação, cuidados pessoais, construção civil, educação, lazer e recreação e turismo.

Quanto ao mercado turístico, constata-se uma grande movimentação por parte desse público que pode ser observada pela existência de clubes destinados a congregar indivíduos da terceira idade em todos os estados brasileiros com a finalidade de proporcionar encontros, eventos e viagens de lazer.

3 COMPREENDENDO A TERCEIRA IDADE

O que se entende realmente por terceira idade? O termo terceira idade é muito utilizado, mas deixa uma sensação de vazio na compreensão de sua essência. Segundo Salgado:

> A primeira idade entendida como aquela em que as pessoas só consomem, seria uma idade marcada pela infância e adolescência. Já a segunda idade, seria aquela que as pessoas produzem e são consumidoras, ou seja, é a idade que abrange jovens e adultos que fazem parte da população economicamente ativa (SALGADO, 1982, p.15).

A partir do conceito acima a terceira idade seria então constituída por aquelas pessoas que “já produziram” e, não produzem mais em virtude da aposentadoria?

Na maioria dos países a aposentadoria começa aos sessenta anos para as mulheres e sessenta e cinco anos para os homens, por esta razão, muitas pessoas afirmam que a terceira idade tem início aos sessenta anos.

Ao falarmos dos fatores incidentes na terceira idade, significa que compreendemos melhor a forma, o costume e os hábitos praticados por estas pessoas e a visão da sociedade atual em entendê-los como ícone de vitalidade de uma geração e não como problema.

Por outro lado, uma visão sociológica, nos remete á refletir e indagar, o quanto os idosos representam no meio do nosso convívio, seja para relembrar a história de um povo, seja para ocupar postos de decisão nos diversos cenários da vida cotidiana, sempre haverá uma referência à servir de exemplo.

O envelhecimento no ser humano pode ser diferenciado em idade cronológica, biológica, social e psicológica. De acordo com Rodrigues apud Schons e Palma:

> Para um geriatra chileno, as idades sob os aspectos biológicos, são definidas em quatro idades, sendo: A primeira idade que iria de 0-20 anos. A segunda dos 20-49 anos, a terceira idade que compreenderia pessoas de

> 50-77 anos, e a quarta idade que abrangeria pessoas de 78-105 anos (RODRIGUES apud SCHONS; PALMA, 2000 p.37).

Por ocasião da Assembléia Mundial sobre o envelhecimento em 1982, evento promovido pela Organização das Nações Unidas foi definido, segundo Fromer, (2003 p.18) “pertencer ao grupo da terceira idade, pessoas de 65 anos nos paises desenvolvidos e pessoas de 60 anos em paises em via de desenvolvimento”. Em 2000, a ONU adotou como 60 anos o critério geral para designar pessoa idosa.

Não há uma verdade e tão pouco consenso sobre realmente quem faz parte da terceira idade, porém de acordo com Carvalho Filho ; Papaléo Neto (1994, p.37) “nos seres humanos as primeiras alterações atribuídas ao envelhecimento são detectadas ao fim da terceira década de vida”.

A UNESCO, através da ONU, instituiu o ano de 1999 como o ano internacional do idoso, com o objetivo de alertar a sociedade para discutir e procurar soluções para problemas relacionados a essa etapa da vida , onde tudo os leva a crer que estão inativos e improdutivos. Nessa idade, até as facilidades, incorretamente utilizadas, levam a um cerceamento e indigno desprezo quanto às capacidades intelectuais, físicas e sociais, impondo-lhes um gradativo isolamento social.

É de fundamental importância que o idoso seja respeitado e valorizado, visando uma vida digna e visto como cidadão.

> Os idosos não constituem uma classe social forte, alijados que estão do poder cultural e econômico; e assim sendo, não encontram meios para serem ouvidos e terem atendido suas reivindicações, a maioria das quais são direitos elementares de qualquer cidadão (SALGADO, 1982, p.18).

Para Bestetti (2002, p.39) a gravidade do problema, gerada com a exclusão dos idosos em nossa sociedade do Terceiro Mundo, com rendimentos

reduzidos, isolamento, preconceito e discriminação, vêm aumentando nossa preocupação em relação a essa faixa etária, considerando que:

> Em 2025, seremos o sexto país com a maior população idosa do mundo. [...] A imagem da velhice no país, freqüentemente associada a perdas, doenças e filas do INSS, está dando espaço, ainda que de forma tímida, a iniciativas do governo e de entidades para a criação de clubes, associações, cursos e serviços para a terceira idade. Os idosos hoje procuram exercer mais a sua cidadania. E estão crescendo em número (CONTTA, 1998 apud BESTETTI, 2002, p 17)

Hoje, com a criação dos programas para a terceira idade, os idosos podem interagir de forma ativa na sociedade, buscando espaço no mercado de trabalho através das universidades da terceira idade, mas este sistema educacional ainda deixa a desejar, pois está ultrapassado, podendo trazer reflexos negativos para a sociedade a médio e longo prazo, se não houver mudanças.

Na terceira idade, através de vivências e experiências adquiridas, nota-se que sentimentos pequenos criadores de conflitos na vida das pessoas, tendem a diminuir, cedendo lugar à amizade e humildade.

> As pessoas maduras têm uma grande vantagem sobre as outras: elas são capazes de pensar sobre os sentimentos, e de sentir mais claramente os pensamentos. E esta capacidade de reflexão e de compreensão da vida é um grande trunfo dos mais velhos (BALBINOTTI, 2002, p.42).

Mesmo com estas prerrogativas, muitas pessoas têm problemas ao lidar com o envelhecimento e passam a fingir que os anos não passam, tendendo cada vez mais a se tornarem reféns do isolamento, da depressão e do medo da morte.

3.1 Panorama sobre o segmento turístico para a terceira idade

No Brasil, até recentemente era inexpressivo em termos estatísticos, esse segmento vem conquistando seu nicho no mercado impulsiona por uma política de incentivos do governo e pela especialização de algumas empresas.

Nessa faixa etária se encontra um grande número de pessoas que viajam, pois já estão com a vida financeiramente estável, seus filhos já estão criados, são aposentados, já possuem a maioria dos bens materiais necessários, resultando em tempo livre para conhecer novos lugares dispondo de condições financeiras favoráveis para aproveitar o turismo.

Para Bestetti (2002, p.1) o turismo configura-se numa atividade de socialização e atração para quem dispõe de renda definida e está disposto a empregá-la para seu lazer fora de casa. Esse segmento já vem crescendo em outros países há alguns anos e volta-se para os atrativos brasileiros.

O turismo, além do desenvolvimento, objetiva a sustentabilidade e o mínimo de impacto cultural possível na localidade. Quando devidamente planejado e executado, propicia diversos benefícios tornando a demanda da terceira idade, em conjunto com outras segmentações de mercado, numa parcela de forte expressão para essa atividade.

Tais benefícios não são exclusivos do trabalho com o público da terceira idade, que em conjunto com outras segmentações de mercado impulsionam a economia local durante todo o ano, não só durante as altas temporadas turísticas. Moletta ; Goidanich (1999) citam alguns benefícios para as localidades:

- Ocupação dos equipamentos turísticos na baixa estação: o público da terceira idade viaja normalmente na baixa temporada, aproveitando as localidades com boa infra-estrutura, mas com relativo sossego, aliado às promoções que empresas de transporte, hospedagem e alimentação praticam nesse período, melhorando o aproveitamento dos equipamentos turísticos nas baixas estações. Vale ressaltar que, o turista convencional também acaba usufruindo dessas vantagens, ou seja, este comportamento não é exclusivo de terceira idade, que se beneficia por possuir maior tempo livre diminuindo os impactos econômicos causados pela sazonalidade e incentivando a diminuição dos preços junto às empresas turísticas.

- Expansão e melhoria da rede hoteleira: o fato do turismo de terceira idade está ligado ao turismo de saúde, amplia cada vez mais a cadeia de estabelecimentos hoteleiros como: pousadas, casas de saúde, “spas”, hotéis de lazer, centros de saúde e lazer, entre outros que buscam atender às necessidades deste público.

- Qualificação da mão-de-obra local: com o advento deste turismo exige-se um treinamento especializado capaz de atender não só a parte recreacional, mas, também, o atendimento voltado à área da saúde. Com a vinda deste tipo de turista é comum ocorrer um maior envolvimento de profissões tais como: enfermeiros, médicos especializados, fisioterapeutas, terapeutas ocupacionais, massagistas, “*personal trainers*”, nutricionistas e outros, além das profissões convencionais da área de turismo.

- Melhoria da infra-estrutura da cidade receptora: o turista da terceira idade é extremamente exigente com as condições de saneamento básico dos locais que visita, não admitindo a falta de higiene desde os sanitários, manipulação dos alimentos, condições adequadas de infra-estrutura física de dormitórios, banheiros, e demais dependências do hotel ou pousada. Além disso, o embelezamento dos jardins associado com a limpeza das ruas é bastante apreciado.

Ao analisarmos um produto turístico para a terceira idade devemos pensar em estruturas confortáveis e adequadas para essa faixa etária, pois estes são fatores decisivos na escolha de uma destinação turística. Com isso, quanto mais estruturado for, com condições ideais, maior será o tempo de permanência do cliente, proporcionando possivelmente um retorno.

As destinações turísticas que estejam interessadas em captar esse público devem estar atentas para questões como clima, paisagem verde, gastronomia, qualidade na produção dos alimentos, oferta dos equipamentos turísticos que possuam serviços diversificados, indo desde o setor de agenciamento, transportes, hospedagem, restauração, entretenimento e capital humano, como por exemplo, os serviços terapêuticos. Devemos entender que o sucesso de qualquer empreendimento turístico está no planejamento que envolva todas as peças do quebra-cabeça. Em se tratando de atrativos turísticos, o público da terceira idade possui preferências especificas (saúde, cultura, forma de atendimento especializada e eventos).

Após analisarmos os atrativos é necessária a realização de um estudo sobre os impactos negativos que poderão ocorrer com a pratica do turismo da terceira idade junto ao atrativo escolhido e com isso encontrarmos formas de reduzi-los. As causas mais comuns dos impactos negativos vão desde o grande fluxo de

turistas, sem a estrutura adequada, à falta de capacitação da equipe, infra-estrutura insuficiente, ou até mesmo, inexistentes.

O segredo do turismo sustentável é manter o equilíbrio entre a oferta turística e o número de turistas desejado. Em geral os investimentos no turismo são megalomaníacos, por conta da fatídica idéia de que as pessoas procuram luxo e prazer.

Segundo Moletta (1999, p.27) “a sustentabilidade do turismo para a terceira idade ocorrerá se houver a valorização do homem conjugando lazer e saúde”. Esse público preza o planejamento dos locais visitados, com capacidade de atendimento à altura daqueles que necessitam de atenção especial.

3.2 Motivações da terceira idade para o turismo

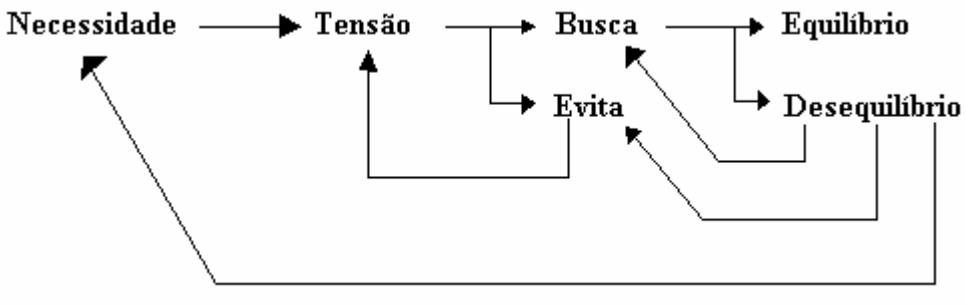
O segmento turístico da terceira idade tem comportamento próprio, considerando que seus componentes escolhem o período para viajar, permanecem mais tempo e vão mais longe que os mais novos, pois geralmente estão aposentados.

Assim como outros segmentos do turismo, buscam contato com outras pessoas, participação em eventos de confraternização, novas culturas e experiências ligadas ao meio ambiente e a religiosidade. Diversas motivações concorrem para as atividades turísticas dessa faixa etária.

> Interessam-se, geralmente, por turismo do tipo “sedentário”, com motivações tais como paisagens naturais, monumentos e obras de arte célebres. No entanto, atividades físicas de baixo impacto, tais como hidroginástica, dança e cainhadas, desde que bem programadas e co acompanhamento especializado, são atrações de excelente aceitação. Podemos considerar, ainda, que jogos associados a outros eventos sociais também são atrações estimulantes e muito procuradas pelos idosos (BESTETTI, 2002, p.29).

Essa “busca” é causada pela motivação que, segundo Silva (2000) é conseqüência de algum tipo de necessidade, que satisfeita, promove o equilíbrio do organismo. Quanto maior a necessidade, maior será a motivação para satisfazê-la; porém, nem sempre, as pessoas reconhecem suas verdadeiras necessidades havendo, portanto, dificuldades em estabelecer quais são seus objetivos de satisfação.

Segundo Silva (2000, p.73), em seu livro Turismo e psicologia no envelhecer apresenta um esquema referente ao que ele denomina, ciclo motivacional:



Este esquema mostra que toda necessidade gera uma tensão, ou seja, uma motivação para alcançarmos uma satisfação responsável pelo equilíbrio. Existem então duas alternativas: A pessoa busca o equilíbrio, podendo encontrar o desequilíbrio por insatisfação da escolha ou evita essa busca, retornando ao estado de tensão.

Quando a pessoa encontra o desequilíbrio / insatisfação tanto ela pode evitar uma nova busca permanecendo em seu estado de tensão, como busca uma nova opção encontrando o equilíbrio / satisfação.

Buscando alcançar seu objetivo a pessoa pode encontrar o equilíbrio (satisfação) ou o desequilíbrio (insatisfação) onde alguns pontos devem ser considerados:

a) A busca por outro objetivo;

b) A pessoa evita encontrar outro objetivo;

c) Deve-se questionar a real necessidade de buscar estes objetivos.

É justamente na “real necessidade” que surge o problema, pois a resposta pode estar em um nível inconsciente fazendo com que o processo fique extremamente complicado.

Em termos mais práticos Silva (2000, p.74) explica que:

> Seria aquela pessoa que constantemente dissesse precisar de viagens para relaxar e, em função de sua situação sócia econômica, viajasse sempre, mas continuasse tensa, não conseguindo relaxar com as continuas viagens.

Neste caso pode-se pensar em duas alternativas: Viagem poderia não ser o objeto que satisfizesse sua necessidade de relaxar, ou viagem seria uma desculpa ou fuga, uma vez que a pessoa não sabe ou não quer admitir o motivo real da tensão.

O ser humano reage às suas necessidades de uma forma inicialmente simples (necessidades físicas) até as mais complexas (necessidades psicológicas). O turismo é uma atividade que envolve tanto necessidades físicas quanto psicológicas, de acordo com a finalidade que a pessoa esteja praticando essa atividade: descanso, novas amizades, status ou auto-satisfação.

Segundo Padovani (2005) o setor turístico, através das varias segmentações que o compõem, procura dar ao cliente as opções que mais estão relacionadas a sua motivação de viajar. Deve-se trabalhar com a idéia de que o turista só irá voltar se estiver motivado para tal, portanto a missão do profissional de turismo é fazê-lo sentir vontade de voltar e indicar para outros turistas.

4 TERCEIRA IDADE E ADAPTAÇÕES EM EQUIPAMENTOS HOTELEIROS

O público da terceira idade possui motivações bem especificas, sendo elas muitas vezes relacionadas à saúde, à cultura e ao social. De acordo com Moletta (1999) os atrativos mais procurados pelo público da terceira idade são:

Atrativos relacionados com a saúde:

- Balneário hidroterápico: São locais que possuem banhos de imersão com água mineral em banheiras especiais, com objetivos curativos, relaxantes e estéticos;

- Termalismo: São estâncias termais que atraem demanda objetivando obter melhores condições de saúde mediante a utilização de fatores e meios terapêuticos.

Atrativos Culturais:

- Patrimônio: São apreciadas as visitas a museus, teatros, prédios históricos e monumentos. É importante estarmos atentos com locais de descanso, horários de visitas e distância entre os atrativos, para que o turista possa melhor aproveitar o passeio.

- Gastronomia: Muitos viajam para conhecer novos pratos, bebidas e temperos diferentes do seu cotidiano.

Atrativos Relacionados com Eventos:

- Cursos e eventos: Alguns viajam para freqüentar cursos e eventos destinados à melhoria da qualidade de vida e alguns empreendimentos estão incluindo cursos durante as suas programações.

- Festas e confraternização: As participações em festas regionais são freqüentes e as organizações de festas e confraternizações é característica marcante desse público.

Qualquer localidade que se proponha a ter como publico alvo a terceira idade, alem das motivações, deve prepara-se em conformidade com a Lei nº 10.098/2000 (BRASIL, 2000, p.01) a suprimir as barreiras e obstáculos nas vias e espaços públicos, no mobiliário urbano, na construção e reforma de edifícios e nos meios de transporte e de comunicação. Tais adaptações têm como objetivo promover a acessibilidade a todas as pessoas portadoras de deficiências ou mobilidade reduzida, incluindo-se neste grupo as pessoas da terceira idade, pois:

> O envelhecimento e um processo dinâmico e progressivo, no qual há modificações morfológicas, fisiológicas, bioquímica e psicológica, que determinam perda progressiva da capacidade de adaptação do indivíduo ao meio ambiente, ocasionando maior vulnerabilidade e maior incidência de processo patológico, que terminam por levá-lo à morte. (CARVALHO FILHO; PAPALÉO NETO,1994, p.1)

Segundo o Censo de 2000, feito pelo IBGE, dos 170 milhões de brasileiros, 14,5 milhões (8,6%) encontram-se com 60 anos ou mais e a OMS (Organização Mundial de Saúde) diz que por ser a faixa etária que mais cresce em termos proporcionais estima-se que ate 2020 o número de idosos deva dobrar representando então 14,7% o que corresponde a 30 milhões de brasileiros.

Diante desses números não temos como ignorar o potencial econômico dessa demanda. Para atendê-la são necessárias adaptações diversas, visando eliminar as barreiras existentes, que a Lei nº10.098/2000 define em seu Art. 2º como:

> Barreiras: qualquer entrave ou obstáculo que limite ou impeça o acesso, a liberdade de movimento e a circulação com segurança das pessoas, classificadas em:
> a)Barreiras arquitetônicas urbanísticas: as existentes nas vias públicas e nos espaços de uso público;
> b)Barreiras arquitetônicas na edificação: as existentes no interior dos edifícios públicos e privados.
> c)Barreiras arquitetônicas nos transportes: as existentes nos meios de transportes
> d)Barreiras nas comunicações:qualquer entrave ou obstáculo que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens por intermédio dos meios ou sistemas de comunicação sejam ou não de massa. (BRASIL, 2000, p. 01).

Segundo Carvalho Filho; Papaléo Neto (1994, p.32) as principais modificações anatômicas e funcionais, associadas à idade são relacionada à composição e forma do corpo, pele e pêlos, sistema ósseo, sistema articular, sistema muscular, sistema nervoso, vasos, sistema respiratório, sistema digestivo, sistema reprodutor e sistema endócrino.

As alterações orgânicas que podem ocorrer na terceira idade e a crescente exigência e necessidade, de oferecer locais de hospedagem que possam abrigar satisfatória e adequadamente pessoas cujas capacidades físicas e psicológicas requerem preparação especial, para seu conforto e segurança, porém sem lhes subtrair a confiança; faz com que a construção, reforma e adaptações dos equipamentos turísticas sejam pensadas de forma a atender os princípios básicos de adequação dos espaços, reduzindo esforços e considerando a redução da capacidade visual e auditiva, através de soluções específicas.

Bestetti (2002), em seu livro “Hospedando a Terceira Idade: recomendações de projetos arquitetônicos” disponibiliza diversas orientações acerca das adaptações necessárias para o público da terceira idade, devendo ser observado para as áreas de utilização coletivas:

- A entrada principal deve ser facilmente identificável com conjunto de elementos;
- O estacionamento deve ser localizado de forma a proteger os veículos, sendo que as vagas para ônibus ou veículos pequenos devem considerar a segurança, facilitando o uso de dispositivos de apoio.
- As vagas, colunas e áreas de pedestre devem ser identificadas com pintura amarela;
- As áreas de circulações, horizontais e verticais, dever ser dimensionadas para permitir cadeiras de roda ou andadores simultaneamente com a passagem de outras pessoas em sentido contrário;
- Havendo desníveis, utilizar rampas ou escadas dimensionadas para o conforto, com corrimão em ambos os lados;
- O mobiliário deve atender às funções estabelecidas, sem complementos desnecessários;
- As portas devem contar com sistemas de articulação, material leve e visor para evitar acidentes;
- As portas totalmente de vidro devem possuir faixas adesivas em cores marcantes, para identificação do bloqueio;

- As mudanças de níveis ou de ambientes devem possuir soleiras em cores contrastantes, com faixa de material antiderrapante;
- Instalar extintores de incêndio, em local de fácil acesso;
- Instalar luminárias de emergência em todos os corredores, escadarias/rampas, garagem e hall de entrada;
- Identificação clara à saída de elevadores, escadas/rampas e unidades, podendo ser utilizado mudança de cor, além do símbolo.

Os cuidados necessários são tanto nas áreas privativas (unidades habitacionais) quanto coletivas estendendo-se também as áreas destinadas ao lazer como piscinas, campo de golfe e outros jogos, que se tornam imprescindíveis como complemento às estruturas de hospedagem.

> Nas áreas privativas, serão analisados critérios que partem das considerações espaciais (acessos, circulação e dimensões dos ambientes e equipamentos), barreiras arquitetônicas (escadas, desníveis e sistemas de segurança), revestimentos (texturas, temperatura e padronagem), condições de manutenção (facilidade, adequação e acessibilidade), aspectos psicodinâmicos (cor, linha e tamanho), aspectos tecnológicos (segurança e controle de insolação) e aspectos complementares mais específicos (campainhas com alerta visual e instalações especiais) (BESTETTI, 2002, p.59).

Pode-se perceber, a construção, a ampliação e a reforma de edifícios públicos ou privados destinados ao uso coletivo deverão ser executadas para que se tornem acessíveis às pessoas portadoras de deficiência ou mobilidade reduzida, devendo, portanto permitir ou facilitar o acesso, a circulação e a comunicação desse público, no qual está incluída grande parte dos pertencentes à terceira idade.

5 RESULTADO E INTERPRETAÇÃO

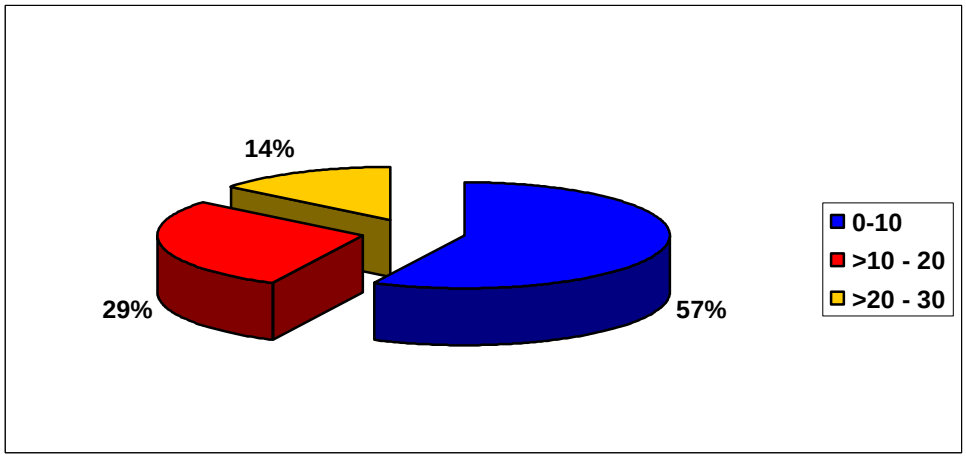
Os resultados da presente pesquisa realizada nos hotéis Boulevard, LaRavardière, Praia Ponta D´Areia, Ryad, São Luis Park, Lord Hotel, Abbeville, Brisamar, Delphia American, Delphia Number one, Delphia Bellagio, Praia Mar, Skina e Calhau Praia com foco no público da terceira idade, foram apresentados em forma de tabelas e gráficos para melhor visualização, buscando analisá-los e interpretá-los à luz do referencial teórico de Bestetti (2002) e da opinião do pesquisador.

Tabela 1 - Taxa de ocupação

Taxa (%)	f
0 -10	8
>10 - 20	4
>20 - 30	2
Total	14

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 1 - Taxa de ocupação



Fonte: Pesquisa de campo

De acordo com a pesquisa realizada, a taxa de ocupação, pelo público da terceira idade, em São Luis é baixa. Tendo informações de 57% dos hotéis que, a

taxa é entre 0 – 10%. Somente 14% dos equipamentos hoteleiros apresentam maiores taxa de ocupação, ainda de forma muito tímida, considerando a importância econômica crescente desse público. Em nossa análise um dos motivos dessa baixa taxa de ocupação deve-se ao fato de São Luis ser, preferencialmente, uma destinação turística de negócio, fazendo com que o “trade” hoteleiro volte sua atenção para esse público.

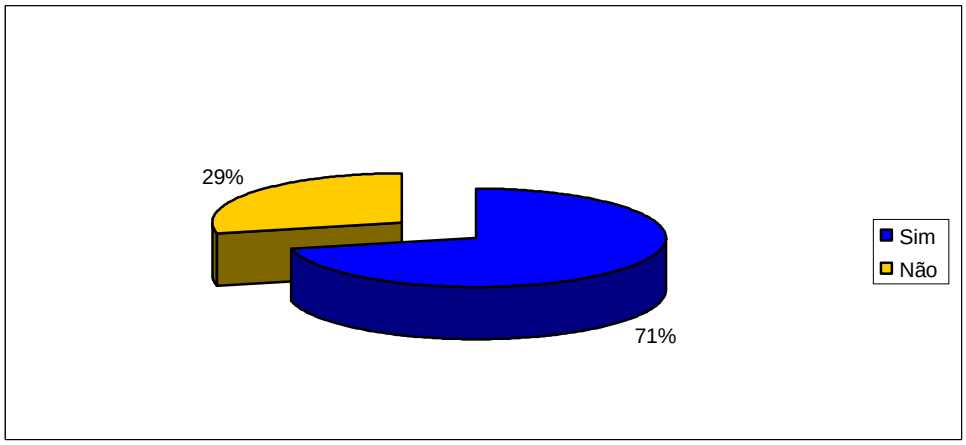
Considerando que no Brasil a expectativa de vida no século XXI situa-se em torno de 73 anos, este nicho de mercado torna-se atrativo, devendo ser tratado de forma especial, apesar dessa baixa taxa de ocupação.

Tabela 2- Adaptação em estrutura para a terceira idade.

Adaptação	**f**
sim	10
não	4
Total	14

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 2 – Adaptação em estruturas



Fonte: Pesquisa de campo

Pode-se observar que, de acordo com o gráfico acima, 71% dos hotéis participantes da pesquisa, o que equivale a 10 hotéis (São Luis park, Brisa Mar, Praia Mar, Praia Ponta D’Areia, La Ravardière, Calhau Praia, Abbeville, Delphia

Number One, Delphia Bellaggio e Delphia American Flat), promoveram adaptações em sua estrutura que atendessem à terceira idade sendo que, esses dados não demonstram a realização de todas, ou quase todas as adaptações necessárias, para acessibilidade dos idosos:

> Acessibilidade: possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos transportes e dos sistemas e meios de comunicação, por pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida. (BRASIL, 2000, p. 1).

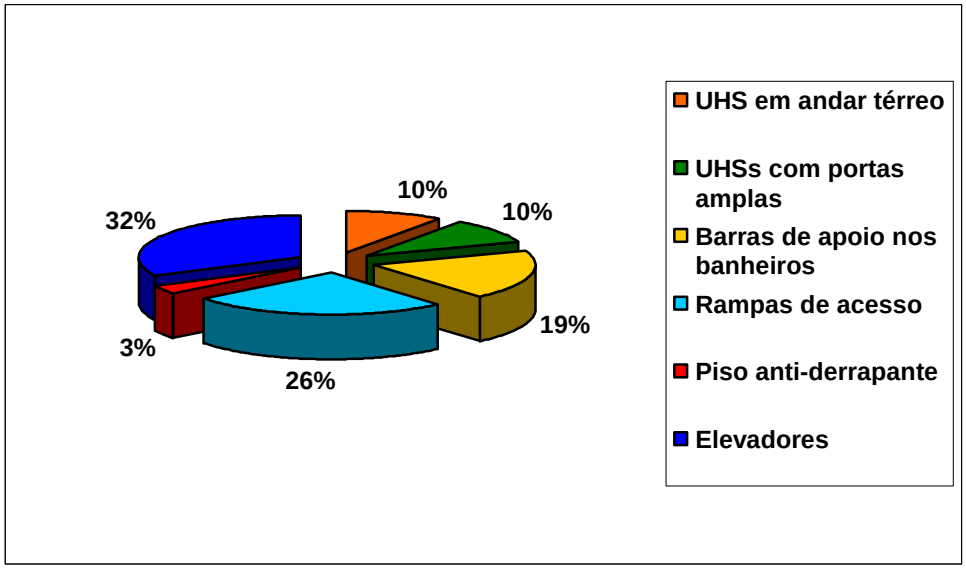
Os idosos têm necessidades específicas e, muito deles, buscam aproveitar o seu tempo livre em viagens de turismo, porém nem sempre os equipamentos turísticos estão preparados para recebê-los com conforto e segurança.

Tabela 3 - Tipos de adaptações.

Adaptação	f
UHs em andar térreo	3
UHs com portas amplas	3
Barras de apoio nos banheiros	6
Rampas de acesso	8
Piso antiderrapante	1
Elevadores	11

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 4 – Tipos de adaptações realizadas.



Fonte: Pesquisa de campo

De acordo com os tipos de adaptações referenciadas na pesquisa, observa-se que a maior incidência (São Luis park, Brisa Mar, Praia Mar, Praia Ponta D'Areia, La Ravardière, Calhau Praia, Abbeville, Delphia Number One, Delphia Bellaggio, Delphia American Flat e Skina Palace) diz respeito a elevadores, adaptação esta que não visa exclusivamente a terceira idade e sim ao conforto de toda demanda.

Em segundo são citados as rampas de acesso nos hotéis São Luis Park, Brisa Mar, Praia Mar, Praia Ponta D'Areia, Calhau Praia, Abbeville, Delphia Bellaggio e Delphia American Flat e em terceiro lugar, barras de apoio nos banheiros dos hotéis São Luis Park, Brisa Mar, Praia Mar, Abbeville e Delphia Bellaggio. Estas são realmente adaptações que permitem ou facilitam a acessibilidade de pessoas portadoras de deficiências ou com mobilidade reduzida, neste caso, os idosos.

> As rampas devem ser dimensionadas atendendo largura mínima de 1,20 m, sendo preferível 1,50 m, devendo estar ligadas a calçadas com as mesmas dimensões. A inclinação não deve ultrapassar 10%, sendo ideal 5%.[...] Os corrimãos devem estar instalados nos dois lados da escada ou rampa, com altura recomendada de 0,92 m do piso, com opção de uma segunda altura de 0,70 m (BESTETTI, 2002 , p.67).

Os banheiros, como espaços destinados à higiene, sujeitos a pisos molhados com maior probabilidade de acidentes, necessitam de várias adaptações, dentre as quais cita-se as barras de apoio junto ao equipamento sanitário e box.

Em quarto lugar, com a mesma freqüência foram citadas Unidades Habitacionais em andar térreo nos hotéis São Luis Park, Brisa Mar e Ryad e Unidades Habitacionais com portas amplas no Delphia Bellaggio, Praia Mar e Brisa

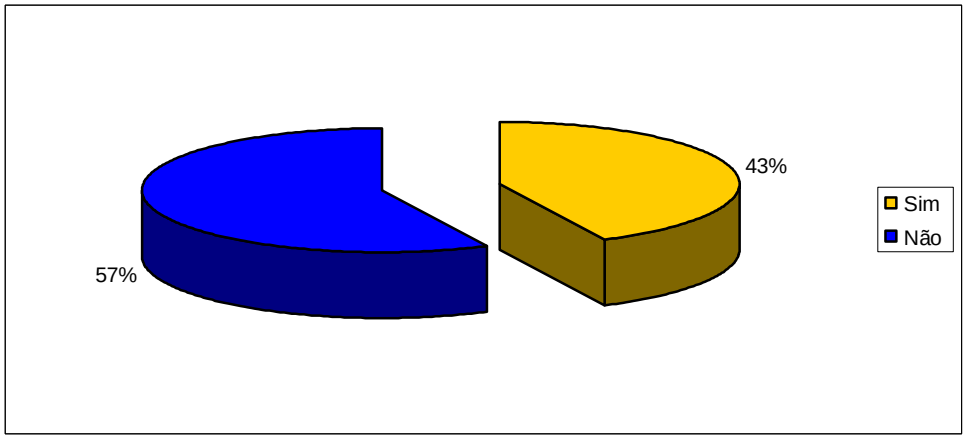
Mar. Estes dois itens otimizam a utilização das áreas privativas, considerando que a primeira diminui as barreiras arquitetônicas e a segunda facilita a circulação.

Tabela 4 - Unidades Habitacionais adaptadas para a terceira idade.

UH's adaptadas	f
sim	6
não	8
Total	14

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 4 – Unidades Habitacionais adaptadas



Fonte: pesquisa de campo

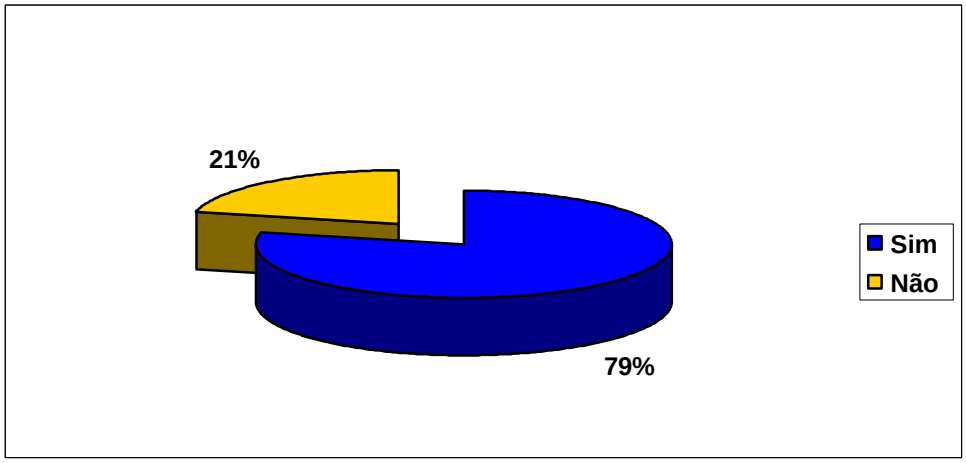
Dentre os estabelecimentos pesquisados 57% não possuem UHs adaptadas , no entanto 43% já possuem algum tipo de adaptação para o público da terceira idade e/ou com mobilidade restrita. Apesar dos reduzidos tipos de adaptações, como foi descrito na Tabela 03, a hotelaria ludovicense vem preocupando-se com essa demanda, embora as taxas de ocupação sejam muito baixas.

Tabela 5- Flexibilização de cardápio .

Cardápio flexível	f
sim	11
não	3
Total	14

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 5 - Flexibilização de cardápio



Fonte: Pesquisa de campo

A flexibilização do cardápio é um item importante de nossa pesquisa, pois o desgaste natural do corpo em decorrência da idade provoca ou agrava, com freqüência, problemas patológicos tais como a diabetes, hipertensão, arteriosclerose e queixas digestivas os quais necessitam de dietas específicas para que não ocorram complicações que prejudiquem a viajem do cliente.

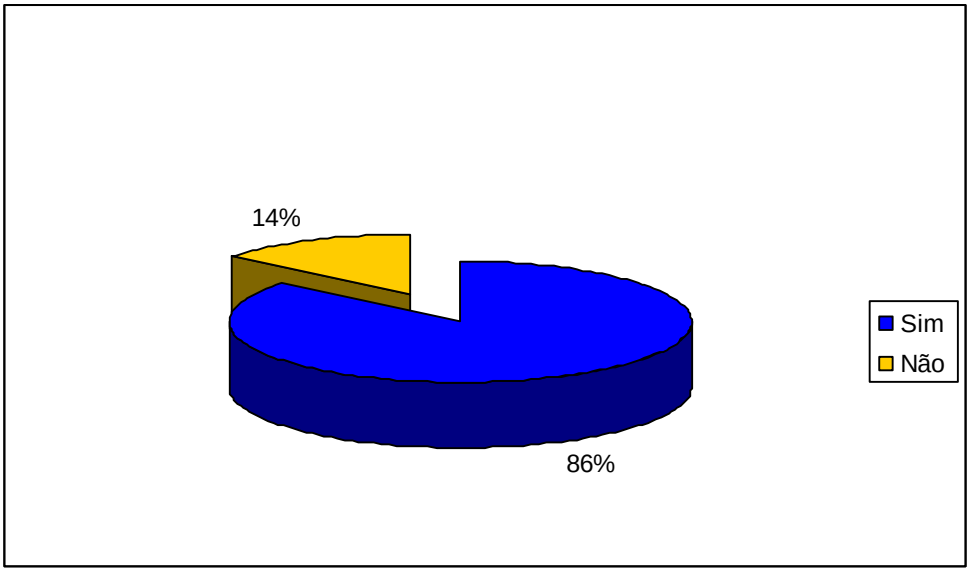
Ao constatarmos que 79% dos hotéis pesquisados flexibilizam seu cardápio, com exceção dos hotéis Ryad, Lord e Boulevard, percebemos o esforço e a preocupação em promover o bem estar da clientela, pois os hospedes estão exigindo uma alimentação mais saudável, pratos mais leves, com menos gorduras, menos açúcar e sal, ricos em fibras, sobremesas light e diet constatam os nutricionistas (http:www.cfn.org.br/revista5hotelari.htm).

Tabela 6 - Monitoramento de A&B por nutricionista .

A&B acompanhado por nutricionista	**f**
sim	12
não	2
Total	14

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 6- Monitoramento de A&B por nutricionista.



Fonte: Pesquisa de campo

Pode-se observar que o monitoramento do setor de Alimentos e Bebidas por nutricionista engloba 86% dos hotéis pesquisados, somente o Lord Hotel e o Boulevard não possuem este profissional, corroborando os dados anteriores com a preocupação dos estabelecimentos em proporcionar o bem estar da clientela, com uma alimentação saudável, equilibrada e dietas específicas, de acordo com a necessidade, minimizando os efeitos indesejáveis de dietas inadequadas.

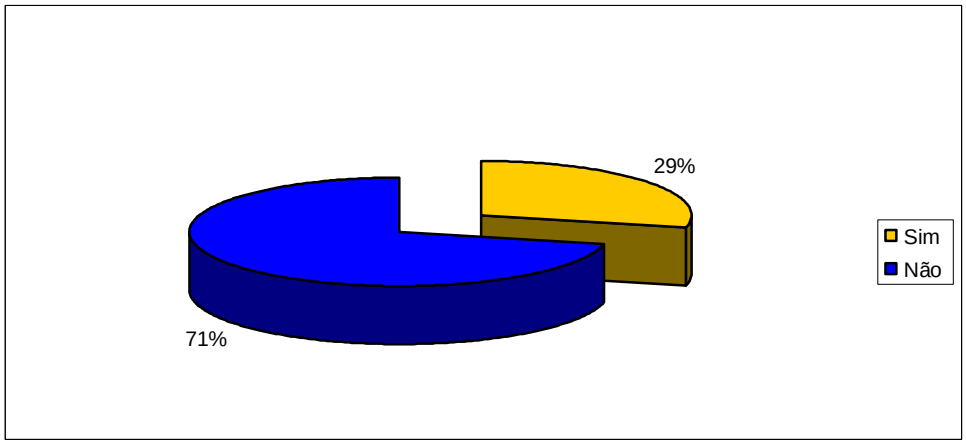
A atuação desse profissional em hotéis e *resorts* esta conquistando espaços significativos, em decorrência de uma das exigências para a certificação ISO, ser a execução do Manual de Boas Praticas para o setor de alimentos e bebidas, prerrogativa do nutricionista.

Tabela 7- Convênio para atendimento de saúde.

Convênio de saúde	**f**
Sim	4
Não	10
Total	14

Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 7- Convênio para atendimento de saúde



Fonte: Pesquisa de campo

A hotelaria maranhense ainda não despertou para a necessidade, praticidade e segurança de contar com convênio de atendimento de saúde que atenda sua clientela, incluindo-se os pertencentes à terceira idade, somente os hotéis Brisamar, Delphia Bellaggio, Number One e América Flat disponibilizam atendimentos de primeiros socorros. Na visão de Bestetti (2002) um ambulatório para primeiros socorros é um espaço a ser acrescentado nos equipamentos hoteleiros. Embora não haja referências quanto à obrigatoriedade desses serviços, seria um diferencial positivo para a demanda em questão.

Em entrevista realizada com o professor Marcelo Saldanha, ícone da hotelaria nesta cidade, percebemos que poucos são os pedidos ou exigências efetuados por esse público, sendo citado “ajuste da temperatura do ar-condicionado, cobertores e variação /flexibilização do cardápio”. Ele expõe também que “se existir alguma solicitação da parte (o turista), existirá uma sensibilidade por parte da outra (o meio de hospedagem)”.

Desta pesquisa observa-se que as poucas adaptações existentes levam em conta somente as considerações espaciais (acessos, circulação, dimensões) e barreiras arquitetônicas (escadas, desníveis, sistemas de segurança).

6 CONCLUSÃO

Mediante os dados obtidos nas pesquisas, bibliográfica e de campo, realizadas para execução deste trabalho, foi possível uma reflexão crítica sobre o tema adaptações hoteleiras para o público da terceira idade, levando-nos a inferir sobre diversos aspectos como: o turismo para a terceira idade é uma segmentação, viável, rentável e em vias de expansão, considerando a mudança na configuração da pirâmide etária do Brasil, antes considerado um país de jovens, cuja expectativa de vida crescerá em 2025 para 82,2 anos para homens e 89,6 anos para mulheres, chegando a ser o sexto pais do mundo em população idosa.

Como foi observado ao longo do trabalho algumas iniciativas legais, como a Constituição Federal/88 (artigo 6º), a Lei nº8.842/94 (Política Nacional do Idoso), a Lei nº10.098/2000 (Promoção de acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida), o Decreto nº4.227/02 (Cria Conselho dos Direitos dos Idosos) e a Lei nº10741/03 (Estatuto do Idoso), visam facilitar a inclusão do idoso na sociedade, entretanto a carência de políticas efetivas para essa faixa etária é uma realidade. Neste contexto o turismo firma-se como uma ferramenta que permite integrar, socializar, aumentar a cultura e a auto-estima dos idosos.

Observamos ainda que para a hospedagem do público em questão devem-se considerar suas motivações para viajar, suas preferências, a qualidade de vida dessas pessoas, seu bem estar psicológico, sua saúde e suas limitações para que haja uma perfeita harmonia entre o que é oferecido e o esperado.

Percebemos com isto que o *trade* hoteleiro de nossa cidade, ainda não esta suficientemente preparado para receber essa clientela que precisa de tratamento diferenciado que satisfaça suas necessidades e se adeqüe às suas limitações. São poucas as adaptações existentes para sua hospedagem, incluindo

apenas considerações espaciais (acessos, circulação e dimensões) e barreiras arquitetônicas (escadas, desníveis e sistemas de segurança).

Nas pesquisas realizadas foram constatadas deficiências com relação a itens importantes para um melhor atendimento a essa faixa etária, considerando as possíveis limitações existentes, decorrentes do desgaste natural do organismo. Não foram encontradas adaptações com referentes a revestimento (texturas, temperatura e padronagem), aspectos psicodinâmicos (cor, linha e tamanho), aspectos tecnológicos (sistema de comunicação e controle de insolação) e aspectos complementares (campainhas com alerta visual e instalação de luminárias de emergência).

O profissional de turismo que pretende trabalhar com esse nicho de mercado deve ter um diagnóstico preciso dos equipamentos e atrativos turísticos, para que haja uma oferta de produtos com maior segurança e credibilidade, implicando no sucesso do trabalho. Para isso deve utilizar um *check-list* contendo as principais questões relativas às necessidades do público em questão, para que sua permanência assemelhe-se a de um “habitar ideal”.

A maioria das adaptações necessária refere-se à parte física dos equipamentos hoteleiros, ou seja, à arquitetura, entretanto sugerimos não esquecer o setor de serviços, que completa a estadia dos hospedes, minimizando o desconforto dos mesmos. A presença de recursos humanos específicos e treinados para o atendimento a pessoas de terceira idade ou com alguma espécie de deficiência é imprescindível.

Considerando os serviços, enfocamos a necessidade de profissionais que dominem, pelo menos parcialmente, a linguagem específica para deficientes auditivos, formulários e panfletos em braile, profissionais da área de saúde ou

convênio de saúde para atendimento a possíveis imprevistos e nutricionistas para garantir a segurança alimentar dos hóspedes.

Esta pesquisa interessa, não somente a estudantes e profissionais de turismo, mas também a arquitetos, empresários e potenciais empreendedores que pretendem investir nesta segmentação, que possui características, necessidades e preferências peculiares, visto que os meios de hospedagens em nossa cidade necessitam de adequações para recepção e alojamento do público da terceira idade. Conhecendo o público e tendo um diagnóstico dos equipamentos é possível com pequenas reformas ou simples adaptações aperfeiçoar as condições de recepção às pessoas da chamada melhoridade.

Finaliza-se registrando que a realização deste estudo representou uma tentativa de organizar um conjunto de dados acessíveis a outros pesquisadores, considerando que a bibliografia disponível apresenta poucas soluções aplicáveis a espaços hoteleiros. Ainda há muito que ser explorado referente a esta temática, um longo caminho a percorrer, para que os diversos equipamentos turísticos estejam aptos a receber esse publico, torcemos para que ações sejam realizadas no sentido de ampliar as condições de acesso com segurança e conforto para o usuário da terceira idade, que é o futuro de todos nos.

REFERÊNCIAS

ANSARAH, M. G. R. **Turismo Segmentação do Mercado.** São Paulo: Futura, 1999.

BALBINOTTI, H. B. Aprendendo a lidar com a morte. In: CÁNEPA, L. **Qualidade de vida.** Disponível em: <http:www.terra.com.br/saúde/qualidadevida>. Acesso em: 22 set. 2002.

BENI, M.C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 1998.

BESTETTI, M.L.T. **Hospedando a terceira idade***:* recomendações de projeto arquitetônico.Campo Grande: UNIDERP, 2002.

BRASIL. Lei n° 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou mobilidade reduzida, e dá outras providências**. Diário Oficial da União***,* Brasília,DF 20 dez.2000.

CARVALHO FILHO,E. T.; PAPALÉO NETTO, M. **Geriatria***:* Fundamentos, clinica e terapêutica . São Paulo: Ateneu Editora,1994.

FROMER, B.;VIEIRA, D.D. **Turismo e terceira idade**. São Paulo: Aleph, 2003.

GOELDNER, C.R. et. al.**Turismo**: princípios, práticas e filosofias. Tradução de Roberto Catalano Costa. 8.ed. Porto Alegre: Book-man, 2002.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C.(Org.).**Turismo***:* Teoria e Prática*.* São Paulo: Atlas, 2000.

MACEDO, M. M. C. **Orientação para elaboração do trabalho final.** *Brasília*: FGV Management, 2002.

MENDES, A. C*.* **Possibilidades e práticas do turismo na velhice.**2002. Monografia (graduação) UNISAL, Americana, 2002 Disponível em:<http://www.am.unisal.br/graduacao/tur/pdf/tcc-anaclaudiamendes.psf>. Acesso em: 10 jan.2005.

MOLETTA, V.F.; GOIDANICH, K.L. **Turismo para a terceira idade**. Porto Alegre: SEBRAE, 1999.

NA HOTELARIA, a nutrição é o grande diferencial. *Revista CFN.* Disponível em: <http://www.cfn.org.br/revista/revista5/hotelaria.htm>. Acesso em: 20 jan. 2006.

PADOVANI, E.G.R. **Turismo na terceira idade***:* uma preocupação para os planejadores. 2005. Disponível em: <http://www.am.unisal.br/publicações/artigos-44.asp>.Acesso em: 12 dez. 2005.

SALGADO, M. A. **Velhice, uma nova questão social**. São Paulo: SESC, 1982.

SANTOS, C. C. L. *O* **Turismo e a Terceira idade:** Uma perspectiva para o incremento do mercado de viagens e turismo. Monografia (graduação) – Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2002.

SCHONS, C. R.; PALMA, L. T. S. **Conversando com Nara Costa Rodrigues sobre gerontologia social**. Passo Fundo: UPE, 2000.

SILVA, F. S. S. **Turismo e psicologia no envelhecer**. São Paulo: Roca, 2002.

TERCEIRA idade: visão mercadológica de um mercado em expansão. Disponível em : http://ibahia.globo.com/tvbahia. Acesso em: 23 mar. 2006.

VAZ, G. N. **Marketing Turístico***:* receptivo e emissivo: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados. São Paulo: Pioneira, 1999.

APÊNCIDE

APÊNDICE A- QUESTIONÁRIO APLICADO NOS HOTÉIS SOBRE ADAPTAÇÕES PARA ATENDER AO PÚBLICO DA TERCEIRA IDADE.

Sr.Gerente,

Este questionário tem o objetivo coletar dados para o desenvolvimento de um trabalho cientifico, para elaboração de monografia de conclusão do Curso de Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão, onde será abordado o tema ”Adaptações hoteleiras de São Luis com foco no atendimento ao segmento da terceira idade”. Fica esclarecido que será mantido o sigilo sobre a identidade dos profissionais que participarem da pesquisa. Esclarecemos que neste trabalho, o termo terceira idade compreende pessoas acima de 60 anos.

Agradecemos a sua colaboração que será de fundamental importância para o desenvolvimento do estudo.

Nome do Hotel:

Gerente ou Responsável:

1. O hotel atende ao público da terceira idade? ( )SIM ( ) NÃO

2. Qual os percentuais, aproximados, que o público de terceira idade representa na taxa de ocupação deste Hotel?

( ) 0 a 10% ( ) 10 a 20% ( ) 20 a 30% ( ) 30 a 40% ( ) 40 a 50% ( ) 50 a 60% ( )60 a 70% ( ) 70 a 80% ( ) 80 a 90 % ( ) 90 a 100%

3. O Hotel fez alguma adaptação em sua estrutura para atender ao publico da terceira idade? ( )SIM ( ) NÃO

4. Quanto à estrutura física, quais adaptações foram feitas que atendam a esse público?
   - Apartamento
   - Banheiro
   - Demais espaços
5. Existem Unidades Habitacionais - UHs adaptadas para o público de terceira Idade ou portadoras de necessidades especiais? ( ) SIM ( ) NÃO

6. O restaurante do Hotel flexibiliza o cardápio para atender a pedidos feitos por este público? ( )SIM ( ) NÃO

7. O setor e alimentos e bebidas - A&B é acompanhado por nutricionista?
   ( ) SIM ( ) NÃO

8. O Hotel possui algum tipo de convenio médico ou atendimento de primeiros socorros que atendam aos seus hospedes? ( ) SIM ( ) NÃO

ANEXO

ANEXO A

Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

LEI Nº 10.098, DE 19 DE DEZEMBRO DE 2000.

Mensagem de Veto nº 1899
Regulamento

Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

capítulo I

disposições gerais

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, mediante a supressão de barreiras e de obstáculos nas vias e espaços públicos, no mobiliário urbano, na construção e reforma de edifícios e nos meios de transporte e de comunicação.

Art. 2º Para os fins desta Lei são estabelecidas as seguintes definições:

I – acessibilidade: possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos transportes e dos sistemas e meios de comunicação, por pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida;

II – barreiras: qualquer entrave ou obstáculo que limite ou impeça o acesso, a liberdade de movimento e a circulação com segurança das pessoas, classificadas em:

a) barreiras arquitetônicas urbanísticas: as existentes nas vias públicas e nos espaços de uso público;

b) barreiras arquitetônicas na edificação: as existentes no interior dos edifícios públicos e privados;

c) barreiras arquitetônicas nos transportes: as existentes nos meios de transportes;

d) barreiras nas comunicações: qualquer entrave ou obstáculo que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens por intermédio dos meios ou sistemas de comunicação, sejam ou não de massa;

III – pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida: a que temporária ou permanentemente tem limitada sua capacidade de relacionar-se com o meio e de utilizá-lo;

IV – elemento da urbanização: qualquer componente das obras de urbanização, tais como os referentes a pavimentação, saneamento, encanamentos para esgotos, distribuição de energia elétrica, iluminação pública, abastecimento e distribuição de água, paisagismo e os que materializam as indicações do planejamento urbanístico;

V – mobiliário urbano: o conjunto de objetos existentes nas vias e espaços públicos, superpostos ou adicionados aos elementos da urbanização ou da edificação, de forma que sua modificação ou traslado não provoque alterações substanciais nestes elementos, tais como semáforos, postes de sinalização e similares, cabines telefônicas, fontes públicas, lixeiras, toldos, marquises, quiosques e quaisquer outros de natureza análoga;

VI – ajuda técnica: qualquer elemento que facilite a autonomia pessoal ou possibilite o acesso e o uso de meio físico.

CAPÍTULO II

DOS ELEMENTOS DA URBANIZAÇÃO

Art. 3º O planejamento e a urbanização das vias públicas, dos parques e dos demais espaços de uso público deverão ser concebidos e executados de forma a torná-los acessíveis para as pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.

Art. 4º As vias públicas, os parques e os demais espaços de uso público existentes, assim como as respectivas instalações de serviços e mobiliários urbanos deverão ser adaptados, obedecendo-se ordem de prioridade que vise à maior eficiência das modificações, no sentido de promover mais ampla acessibilidade às pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.

Art. 5º O projeto e o traçado dos elementos de urbanização públicos e privados de uso comunitário, nestes compreendidos os itinerários e as passagens de pedestres, os percursos de entrada e de saída de veículos, as escadas e rampas, deverão observar os parâmetros estabelecidos pelas normas técnicas de acessibilidade da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

Art. 6º Os banheiros de uso público existentes ou a construir em parques, praças, jardins e espaços livres públicos deverão ser acessíveis e dispor, pelo menos, de um sanitário e um lavatório que atendam às especificações das normas técnicas da ABNT.

Art. 7º Em todas as áreas de estacionamento de veículos, localizadas em vias ou em espaços públicos, deverão ser reservadas vagas próximas dos acessos de circulação de pedestres, devidamente sinalizadas, para veículos que transportem pessoas portadoras de deficiência com dificuldade de locomoção.

Parágrafo único. As vagas a que se refere o caput deste artigo deverão ser em número equivalente a dois por cento do total, garantida, no mínimo, uma vaga,

devidamente sinalizada e com as especificações técnicas de desenho e traçado de acordo com as normas técnicas vigentes.

CAPÍTULO III

DO DESENHO E DA LOCALIZAÇÃO DO MOBILIÁRIO URBANO

Art. 8º Os sinais de tráfego, semáforos, postes de iluminação ou quaisquer outros elementos verticais de sinalização que devam ser instalados em itinerário ou espaço de acesso para pedestres deverão ser dispostos de forma a não dificultar ou impedir a circulação, e de modo que possam ser utilizados com a máxima comodidade.

Art. 9º Os semáforos para pedestres instalados nas vias públicas deverão estar equipados com mecanismo que emita sinal sonoro suave, intermitente e sem estridência, ou com mecanismo alternativo, que sirva de guia ou orientação para a travessia de pessoas portadoras de deficiência visual, se a intensidade do fluxo de veículos e a periculosidade da via assim determinarem.

Art. 10. Os elementos do mobiliário urbano deverão ser projetados e instalados em locais que permitam sejam eles utilizados pelas pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.

CAPÍTULO IV

DA ACESSIBILIDADE NOS EDIFÍCIOS PÚBLICOS OU DE USO COLETIVO

Art. 11. A construção, ampliação ou reforma de edifícios públicos ou privados destinados ao uso coletivo deverão ser executadas de modo que sejam ou se tornem acessíveis às pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.

Parágrafo único. Para os fins do disposto neste artigo, na construção, ampliação ou reforma de edifícios públicos ou privados destinados ao uso coletivo deverão ser observados, pelo menos, os seguintes requisitos de acessibilidade:

I – nas áreas externas ou internas da edificação, destinadas a garagem e a estacionamento de uso público, deverão ser reservadas vagas próximas dos acessos de circulação de pedestres, devidamente sinalizadas, para veículos que transportem pessoas portadoras de deficiência com dificuldade de locomoção permanente;

II – pelo menos um dos acessos ao interior da edificação deverá estar livre de barreiras arquitetônicas e de obstáculos que impeçam ou dificultem a acessibilidade de pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida;

III – pelo menos um dos itinerários que comuniquem horizontal e verticalmente todas as dependências e serviços do edifício, entre si e com o exterior, deverá cumprir os requisitos de acessibilidade de que trata esta Lei; e

IV – os edifícios deverão dispor, pelo menos, de um banheiro acessível, distribuindo-se seus equipamentos e acessórios de maneira que possam ser utilizados por pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida.

Art. 12. Os locais de espetáculos, conferências, aulas e outros de natureza similar deverão dispor de espaços reservados para pessoas que utilizam cadeira de rodas, e de lugares específicos para pessoas com deficiência auditiva e visual, inclusive acompanhante, de acordo com a ABNT, de modo a facilitar-lhes as condições de acesso, circulação e comunicação.

CAPÍTULO V

DA ACESSIBILIDADE NOS EDIFÍCIOS DE USO PRIVADO

Art. 13. Os edifícios de uso privado em que seja obrigatória a instalação de elevadores deverão ser construídos atendendo aos seguintes requisitos mínimos de acessibilidade:

I – percurso acessível que una as unidades habitacionais com o exterior e com as dependências de uso comum;

II – percurso acessível que una a edificação à via pública, às edificações e aos serviços anexos de uso comum e aos edifícios vizinhos;

III – cabine do elevador e respectiva porta de entrada acessíveis para pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.

Art. 14. Os edifícios a serem construídos com mais de um pavimento além do pavimento de acesso, à exceção das habitações unifamiliares, e que não estejam obrigados à instalação de elevador, deverão dispor de especificações técnicas e de projeto que facilitem a instalação de um elevador adaptado, devendo os demais elementos de uso comum destes edifícios atender aos requisitos de acessibilidade.

Art. 15. Caberá ao órgão federal responsável pela coordenação da política habitacional regulamentar a reserva de um percentual mínimo do total das habitações, conforme a característica da população local, para o atendimento da demanda de pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.

CAPÍTULO VI

DA ACESSIBILIDADE NOS VEÍCULOS DE TRANSPORTE COLETIVO

Art. 16. Os veículos de transporte coletivo deverão cumprir os requisitos de acessibilidade estabelecidos nas normas técnicas específicas.

CAPÍTULO VII

DA ACESSIBILIDADE NOS SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO E SINALIZAÇÃO

Art. 17. O Poder Público promoverá a eliminação de barreiras na comunicação e estabelecerá mecanismos e alternativas técnicas que tornem acessíveis os sistemas de comunicação e sinalização às pessoas portadoras de deficiência sensorial e com dificuldade de comunicação, para garantir-lhes o direito de acesso à informação, à comunicação, ao trabalho, à educação, ao transporte, à cultura, ao esporte e ao lazer.

Art. 18. O Poder Público implementará a formação de profissionais intérpretes de escrita em braile, linguagem de sinais e de guias-intérpretes, para facilitar

qualquer tipo de comunicação direta à pessoa portadora de deficiência sensorial e com dificuldade de comunicação. Regulamento

Art. 19. Os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens adotarão plano de medidas técnicas com o objetivo de permitir o uso da linguagem de sinais ou outra subtitulação, para garantir o direito de acesso à informação às pessoas portadoras de deficiência auditiva, na forma e no prazo previstos em regulamento.

CAPÍTULO VIII

DISPOSIÇÕES SOBRE AJUDAS TÉCNICAS

Art. 20. O Poder Público promoverá a supressão de barreiras urbanísticas, arquitetônicas, de transporte e de comunicação, mediante ajudas técnicas.

Art. 21. O Poder Público, por meio dos organismos de apoio à pesquisa e das agências de financiamento, fomentará programas destinados:

I – à promoção de pesquisas científicas voltadas ao tratamento e prevenção de deficiências;

II – ao desenvolvimento tecnológico orientado à produção de ajudas técnicas para as pessoas portadoras de deficiência;

III – à especialização de recursos humanos em acessibilidade.

CAPÍTULO IX

DAS MEDIDAS DE FOMENTO À ELIMINAÇÃO DE BARREIRAS

Art. 22. É instituído, no âmbito da Secretaria de Estado de Direitos Humanos do Ministério da Justiça, o Programa Nacional de Acessibilidade, com dotação orçamentária específica, cuja execução será disciplinada em regulamento.

CAPÍTULO X

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 23. A Administração Pública federal direta e indireta destinará, anualmente, dotação orçamentária para as adaptações, eliminações e supressões de barreiras arquitetônicas existentes nos edifícios de uso público de sua propriedade e naqueles que estejam sob sua administração ou uso.

Parágrafo único. A implementação das adaptações, eliminações e supressões de barreiras arquitetônicas referidas no caput deste artigo deverá ser iniciada a partir do primeiro ano de vigência desta Lei.

Art. 24. O Poder Público promoverá campanhas informativas e educativas dirigidas à população em geral, com a finalidade de conscientizá-la e sensibilizá-la quanto à acessibilidade e à integração social da pessoa portadora de deficiência ou

com mobilidade reduzida.

Art. 25. As disposições desta Lei aplicam-se aos edifícios ou imóveis declarados bens de interesse cultural ou de valor histórico-artístico, desde que as

modificações necessárias observem as normas específicas reguladoras destes bens.

Art. 26. As organizações representativas de pessoas portadoras de deficiência terão legitimidade para acompanhar o cumprimento dos requisitos de acessibilidade estabelecidos nesta Lei.

Art. 27. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 19 de dezembro de 2000; 179º da Independência e 112º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Gregori

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 20.12.2000