

JESSICA LUIZA DA SILVA

**HOTELARIA E TERCEIRA IDADE: ESTUDO DE CASO NO
HOTEL CALDAS DA IMPERATRIZ, SANTO AMARO DA
IMPERATRIZ/SC.**

IRATI
2012

JESSICA LUIZA DA SILVA

**HOTELARIA E TERCEIRA IDADE: ESTUDO DE CASO NO
HOTEL CALDAS DA IMPERATRIZ, SANTO AMARO DA
IMPERATRIZ/SC.**

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção de nota na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso no Curso de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO, *Campus* de Irati.

Orientador (a): Ms. Vanessa de Oliveira Menezes

IRATI
2012

Dedico este trabalho primeiramente a Deus. A meus pais, Jorge Luiz e Maria Salete. Ao meu noivo Rafael. Aos meus irmãos e irmã, Junior, Juliana, Augusto e Fernando. Enfim, a todos que colaboram de alguma forma com este trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pela força para continuar mesmo em situações difíceis, iluminando meu caminho durante esta jornada.

Agradeço aos meus pais, por sempre estarem comigo, me aplaudindo nos momentos de conquista, rindo comigo nos momentos de alegria e me abraçando nos momentos tristes.

Agradeço de forma especial e carinhosa ao meu noivo Rafael, por fazer parte da minha vida e estender a mão em tantos momentos que precisei, me dando força e coragem.

Agradeço aos meus amigos e parceiros de faculdade, Letícia, Mariana Bueno, Lílian Aline, Vinícius, Adrieli, João, Edinéia, Regina e Camila, por contribuírem com os melhores 4 anos da minha vida, por compartilharem comigo muitas risadas e ajudarem nos momentos difíceis.

Agradeço a Professora Vanessa, pela paciência, dedicação e apoio para a realização deste trabalho.

Agradeço as professoras componentes da banca, Maria Angélica e Paula, por me ajudarem a tornar esse trabalho mais enriquecido.

Agradeço aos professores do Departamento de Turismo por contribuírem para minha formação acadêmica.

Agradeço as Professoras Susana Pereira e Cláudia Acevedo, pelos materiais disponibilizados, que foram fundamentais para a realização deste estudo.

Agradeço aos senhores Cesar Elias e Antonio Martendal, gerentes do Hotel Caldas da Imperatriz, pela gentileza e disponibilidade em me receber no empreendimento.

Agradeço a Professora Anízia pelas tantas palavras reconfortantes e por sempre estar disposta a me ajudar.

A idade de ser feliz

Existe somente uma idade para a gente ser feliz, somente uma época da vida de cada pessoa em que é possível sonhar e fazer planos e ter energia bastante para realizá-los a despeito de todas as dificuldades e obstáculos.

Uma só idade para a gente se encantar com a vida e viver apaixonadamente e desfrutar tudo com toda intensidade sem medo nem culpa de sentir prazer.

Fase dourada em que a gente pode criar e recriar a vida à nossa própria imagem e semelhança e vestir-se com todas as cores e experimentar todos os sabores e entregar-se a todos os amores sem preconceito nem pudor.

Tempo de entusiasmo e coragem em que todo desafio é mais um convite à luta que a gente enfrenta com toda disposição de tentar algo novo, de novo e de novo, e quantas vezes for preciso.

Esta idade tão fugaz na vida da gente chama-se presente e tem a duração do instante que passa.

Mario Quintana

RESUMO

O público da terceira idade vem crescendo rapidamente, superando o número de jovens existentes no Brasil. Isso se deve às melhorias da qualidade de vida, aos avanços na medicina e a conscientização que hábitos saudáveis são necessários para proporcionar mais anos de vida. Os idosos de hoje estão com outra concepção de terceira idade, de que esta não é uma fase de perdas, mas sim de aproveitar a liberdade, esquecer das obrigações que os acompanharam durante toda a vida, e viver novas experiências. Diante disso, empresários do ramo turístico iniciaram a criação produtos e serviços dedicados a este grupo, entre eles os meios de hospedagem que começaram se especializar neste nicho de mercado, adequando seus serviços e infraestrutura de acordo com as características deste grupo para poder atendê-los satisfatoriamente. Neste contexto a presente pesquisa teve como objetivo geral verificar quais as adequações necessárias ao meio de hospedagem que busca se especializar no público da terceira idade, tendo como estudo de caso o Hotel Caldas da Imperatriz em Santa Catarina. Os objetivos específicos eram: analisar quais as adaptações realizadas pelo meio de hospedagem para atender o público da terceira idade; e levantar quais são as estratégias de promoção que o hotel em estudo utiliza para atrair este nicho de mercado. Para responder aos objetivos propostos, realizou-se um levantamento bibliográfico, que deu a autora embasamento teórico a fim de aplicar a pesquisa de campo para a coleta de dados, feita por meio de observação *in loco* e entrevista com o gerente. O marco teórico deste estudo abordou itens como a contextualização do idoso ao longo da história; o panorama atual e projeções da terceira idade; envelhecimento e suas particularidades; turismo para terceira idade; meios de hospedagem e; meios de hospedagem e terceira idade. Após análise dos dados coletados, verificou-se que o empreendimento possui as adequações necessárias para receber confortavelmente e com segurança os hóspedes de terceira idade.

Palavras-chave: Hotelaria, Hotel Caldas da Imperatriz, terceira idade, turismo.

RESUMÉN

El público de la tercera edad está creciendo rápidamente, superando el número de jóvenes que existen en Brasil. Esto se debe a la mejora en la calidad de vida, a los avances en la medicina y a la tomada de conciencia de que los hábitos sanos son necesarios para proporcionar más años de vida. Los ancianos de hoy, tienen otra concepción de la tercera edad, de que esta no es una fase de pérdidas, pero de disfrutar la libertad y olvidar las obligaciones que les acompañaron a lo largo de la vida, y vivir nuevas experiencias. Ante eso, los empresarios del sector turístico empezaron a crear productos y servicios dedicados a este grupo, entre ellos están los medios de alojamiento y hoteles que han comenzado a especializarse en este nicho de mercado, adaptando sus servicios y la infraestructura de acuerdo con las características de este grupo con la finalidad de servirles satisfactoriamente. En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo general averiguar cuáles son las adecuaciones necesarias en un alojamiento que busca especializarse en el público de la tercera edad, tomando como estudio de caso el Hotel Caldas da Imperatriz en Santa Catarina. Los objetivos específicos son: analizar cuáles son las adaptaciones realizadas en el hotel para recibir la tercera edad, y averiguar cuáles son las estrategias de promoción utilizadas para atraer este nicho de mercado. Para cumplir con los objetivos propuestos, se hizo una revisión de la literatura, que dio a la autora la base teórica para aplicar el trabajo de campo para la colecta de datos, a través de observación y entrevista con el director. El marco teórico de este estudio abordó temas como la contextualización de las personas ancianas a lo largo de la historia, la situación actual y las proyecciones de la vejez; el envejecimiento y sus peculiaridades; el turismo para la tercera edad; los medios de alojamiento; medios de hospedaje y personas mayores. Después de analizar los datos colectados, se observó que el hotel cuenta con los ajustes necesarios para recibir huéspedes de tercera edad con seguridad y comodidad.

Palabras-clave: Hotelería, Hotel Caldas da Imperatriz, Tercera edad, turismo.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Prédio principal do Hotel Caldas da Imperatriz.....	20
FIGURA 2: Apartamento casal luxo	21
FIGURA 3: Quarto triplo <i>standard</i>	21
FIGURA 4: Salão de jogos e piscina	21
FIGURA 5: Banheira	21
FIGURA 6: Composição da população residente total por sexo e grupos de idade – Brasil 1991/2000/2010.....	27
FIGURA 7: Mudança da pirâmide etária brasileira, comparação ano 1970 e 2025	28
FIGURA 8: Elevador.....	54
FIGURA 9: Piscina com corrimão e escada	54
FIGURA 10: Rampa com piso antiderrapante	55
FIGURA 11: Rampa com piso antiderrapante	55
FIGURA 12: Cadeira de rodas	55

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Avaliação das Unidades Habitacionais, quanto a existência de adaptações para receber este grupo etário	51
QUADRO 2: Avaliação dos banheiros (apartamentos e coletivo), quanto a existência de adaptações para receber este grupo etário.....	52
QUADRO 3: Avaliação das facilidades em alimentos, quanto a existência de adaptações para receber este grupo etário	53
QUADRO 4: Avaliação da infraestrutura do hotel, quanto a existência de adaptações para receber este grupo etário	54
QUADRO 5: Avaliação da facilidades em serviços e conveniências, quanto a existência de adaptações para receber este grupo etário.....	56

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. METODOLOGIA	14
1.1. CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	16
1.1.1 Histórico Hotel Caldas Da Imperatriz	17
1.1.2 Estrutura do hotel	18
2. CONTEXTUALIZAÇÃO DO IDOSO AO LONGO DA HISTÓRIA	21
2.1 PANORAMA ATUAL E PROJEÇÕES DA TERCEIRA IDADE	22
2.2 O ENVELHECIMENTO E SUAS PARTICULARIDADES	29
2.2.1 Aspectos biológicos ou idade biológica	30
2.2.2 Aspectos psicológicos ou idade psicológica.....	31
2.2.3 Aspectos sociais ou idade social.....	33
2.3 TURISMO PARA TERCEIRA IDADE	34
2.3.1 Entidades e programas voltados a Terceira Idade	37
2.3.2 Turismo para a Terceira Idade: peculiaridades, necessidades e limitações.	39
3. MEIOS DE HOSPEDAGEM	41
3.1 MEIOS DE HOSPEDAGEM E TERCEIRA IDADE.....	43
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	48
4.1 RESULTADOS DA OBSERVAÇÃO <i>IN LOCO</i>	48
4.2 INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES OBTIDAS COM O GERENTE DO HOTEL	56
CONSIDERAÇÕES FINAIS	59
REFERÊNCIAS.....	63
APÊNDICES.....	69

INTRODUÇÃO

Atualmente chegar à terceira idade esta mudando de sentido, deixando de ser a idade da ociosidade e aposentadoria, para uma fase de novos interesses. Essa realidade se dá, pois as pessoas com 60 anos ou mais já estão com uma vida estável, filhos criados, sem mais preocupações. Desta forma, o maior desafio deste momento será a busca da saúde e da qualidade de vida em todos os aspectos: físico, psicológico e social.

A nova geração de idosos está em busca de qualidade de vida, desenvolvendo novos hábitos para viverem mais e melhor.

Segundo Silva (2003), nos anos 70 na França, foi criada a expressão Terceira Idade para designar as pessoas que conquistam a aposentadoria. No Brasil essa expressão começou a ser utilizada em 1985, quando lançada em um Congresso Nacional de Gerontologia, assim passando a substituir os termos genéricos que eram utilizados.

Frommer e Vieira (2003, p.16) apontam que outras nomenclaturas foram criadas para trazer prestígio a esse público, e diminuir o impacto negativo que o termo 'velho' trazia. Essas expressões criam uma ideia de bem-estar, de realização, porém não possuem um sentido concreto ou são utilizadas somente como estratégia de marketing, sendo estas: terceira idade, melhor idade, maior idade, idade de ouro. Para não haver disparidades sobre significados dos termos, neste estudo a expressão empregada para definir este nicho será 'terceira idade', por ser a mais utilizada em estudos científicos.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) define a população idosa como aquela a partir dos 65 anos, sendo válido esse limite para os países desenvolvidos, e 60 anos para os países em desenvolvimento, tomando por regra a expectativa de vida de sua população (IBGE, 2000a). No entanto, como cita Frommer e Vieira (2003), nos anos 2000 a Organização das Nações Unidas (ONU) com o intuito de padronizar os dados estatísticos adotou a idade de 60 anos como critério para designar a pessoa idosa. Há outras formas de identificar o limite entre a fase adulta e a chegada à terceira idade: "situação sócio-econômica (aposentadoria), condição biológica e até mesmo *status* político (perda de poder)" (FROMMER e VIEIRA, 2003, p.18).

Disponibilidade de tempo e de recursos financeiros, devido às aposentadorias, busca de atividades para preenchimento de tempo ocioso, realização de sonhos que foram ofuscados por outras necessidades na juventude, são elementos que geralmente estão presentes quando autores e referenciais definem a procura da terceira idade pelo turismo.

Percebendo as possibilidades que esse nicho vem oferecendo, Acevedo (1998) cita que este mercado está começando a ser explorado e empresários têm criado produtos e estratégias de marketing direcionado a esses consumidores, principalmente no turismo, já que este passa a ser uma alternativa para preencher o tempo ocioso.

A partir do exposto pode-se dizer que os turistas de terceira idade são um investimento viável, não somente para agências de viagens, companhias aéreas, como também para meios de hospedagem. Ciente dessa afirmação foi delineado este trabalho de conclusão de curso tendo como problemática: quais são as adequações necessárias ao meio de hospedagem que se especializa no público da terceira idade?

Para responder o problema apresentado, este estudo tem como objetivo geral verificar quais as adequações necessárias ao meio de hospedagem especializado no público da terceira idade.

Já os objetivos específicos são: analisar quais as adaptações realizadas pelo meio de hospedagem para atender o público da terceira idade; e verificar quais são as estratégias de promoção que o hotel em estudo utiliza para atrair o nicho de mercado de terceira idade.

Esse trabalho terá como estudo de caso o Hotel Caldas da Imperatriz, localizado na cidade de Santo Amaro da Imperatriz – SC. O empreendimento é de caráter público, administrado pela Companhia Hidromineral Caldas da Imperatriz. É um patrimônio histórico da cidade e vem sendo preservado a mais de 150 anos. Conhecido pela presença das fontes de águas termominerais, indicadas para o tratamento de reumatismo, disfunções digestivas e renais, recebe turistas de várias partes do mundo que buscam tranquilidade e os benefícios das águas termais (HOTEL CALDAS, s/d).

A escolha deste empreendimento para a pesquisa deu-se pelo fato de o hotel possuir fontes termais, um dos principais atrativos buscados pela terceira idade (FROMMER e VIEIRA, 2003). Além dessa razão, vale ressaltar que o

empreendimento já trabalha com este segmento e é reconhecido no mercado por isso, atraindo um grande público de idosos todos os anos.

Compreendendo a importância desta temática e percebendo a necessidade de mais estudos nesta área, este trabalho mostra-se importante para aprofundar ainda mais os trabalhos já existentes (FROMMER e VIEIRA, 2003; CAMARANO, 2002; CAMPOS, 2003; ARAÚJO, 2004; MOLETTA e GOIDANICH, 2003). Terceira idade e hotelaria ainda é um tema pouco explorado, principalmente no curso de Turismo da UNICENTRO. Este estudo terá o intuito de contribuir para a academia como referencial teórico para futuras pesquisas.

Para o empreendimento, os dados levantados sobre infraestrutura e afins oferecerão ao gestor um diagnóstico do hotel, possibilitando um maior entendimento do tema, e podendo contribuir para aperfeiçoar o atendimento ao público da terceira idade. O estudo em questão buscará fornecer tanto para o empreendimento, como para outros empresários, informações sobre as vantagens e particularidades de investir e receber este tipo de cliente.

Além disso, este trabalho poderá mostrar aos turistas deste nicho que o turismo é uma forma preciosa de passar o tempo ocioso, proporcionando bons momentos e oferecendo a oportunidade de interagir com outras pessoas, sendo necessário para isso, haver serviços específicos como também empreendimentos hoteleiros que sejam dotados de adaptações para melhor atendê-los.

Nos próximos parágrafos será explicado como este foi desenvolvido, distribuindo estas etapas em capítulos. Vale lembrar que a estrutura utilizada neste tipo de trabalho foi definida com o propósito de trazer maior fluidez à leitura, facilitando a compreensão do que foi abordado.

O primeiro capítulo aborda sobre a metodologia que foi utilizada para realização deste trabalho. Nesta seção são expostas as ferramentas empregadas e como se deu a análise dos dados coletados. Complementa esse capítulo a caracterização do objeto de estudo, o item 1.1, que aborda tópicos sobre o Hotel Caldas da Imperatriz, fazendo uma breve apresentação deste, destacando pontos como sua infraestrutura e histórico.

O segundo capítulo dá início à fundamentação teórica. Intitula-se Contextualização do idoso ao longo da história, e aponta como se deu a

presença deste ao longo da história, baseando-se na visão de alguns autores. A seguir há o subcapítulo: Panorama atual e projeções da terceira idade, que aborda como encontra-se atualmente a terceira idade. Para compreender melhor quais as características que envolvem este público, fato importante já que este estudo busca levantar aspectos sobre adequações para terceira idade, o subcapítulo 2.2 irá tratar sobre o envelhecimento e suas particularidades, analisando os aspectos biológicos, psicológicos e sociais. Finalizando este assunto, será discutido no subcapítulo 2.3 a relação do turismo e terceira idade, apresentando programas e entidades voltados à terceira idade e quais as peculiaridades, necessidades e limitações deste grupo.

Fechando o marco teórico deste trabalho, o capítulo 3 aborda sobre meios de hospedagem, trazendo tópicos como especialização destes estabelecimentos e meios de hospedagem específicos para a terceira idade.

No capítulo 4 apresenta-se a análise dos dados obtidos na pesquisa de campo, complementada com informações obtidas com a entrevista feita com o gerente do estabelecimento.

Na sequência, há o último capítulo que traz as considerações finais, relatando a concepção da autora sobre este estudo, respondendo a problemática definida, e oferecendo sugestões para o empreendimento.

Em seguida são apresentadas as referências utilizadas para o embasamento da pesquisa.

Finalizando o trabalho segue o apêndice, contendo o modelo do protocolo de observação utilizado e as questões da entrevista com o gerente.

1 METODOLOGIA

Para conseguir alcançar os objetivos propostos neste trabalho a metodologia foi de suma importância. Segundo Marconi e Lakatos (2007) a metodologia implica no conjunto de atividades racionais e fundamentadas, que permitem ao pesquisador alcançar seu objetivo, traçando o caminho a ser percorrido, detectando possíveis erros e auxiliando nas decisões do pesquisador.

Esta pesquisa consiste em um estudo de caso de cunho exploratório, qualitativo descritivo, onde as informações foram obtidas por meio dados primários e secundários.

Considerando que a temática desta pesquisa é um assunto pouco explorado, principalmente quando relacionado à terceira idade e hotelaria, portanto este trabalho foi de cunho exploratório, pois segundo Marconi e Lakatos (2007) se caracteriza como uma investigação e levantamento de dados, cujo objetivo será a formulação de um problema com a finalidade de aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno.

Este estudo qualitativo busca olhar a essência do fenômeno e avaliou certos aspectos que não podem ser quantificados, como a postura de um empreendimento frente ao nicho da terceira idade.

Por se tratar de um estudo de caso em uma empresa específica do ramo hoteleiro, o Hotel Caldas da Imperatriz, o estudo se caracterizou de cunho organizacional.

Os dados secundários foram utilizados para fundamentar o estudo e dar maior entendimento sobre o assunto, possibilitando à pesquisadora criar o protocolo aplicado na observação *in loco* e organização da entrevista, e assim aplicar, num segundo momento, a pesquisa de campo para o levantamento dos dados primários.

Para embasar teoricamente o trabalho, na primeira etapa da pesquisa, foram abordados temas relativos à terceira idade, como também; segmentação de mercado e especialização em nichos de mercado, programas e projetos existentes no turismo para à terceira idade, meios de hospedagem especializados em atender este grupo e outros assuntos pertinentes à essa

área, temas estes discutidos nos próximos capítulos. Esses tópicos foram pesquisados por meio de pesquisas em livros, em periódicos, artigos acadêmicos, *internet*, teses de mestrado e trabalhos de conclusão de cursos de turismo. Com isso buscou-se adquirir conhecimentos teóricos que auxiliaram na análise dos dados coletados. Essa pesquisa se realizou no período de fevereiro a agosto de 2012.

A segunda etapa deste trabalho foi a pesquisa de campo com observação *in loco* sem participação. Marconi e Lakatos (2007) conceituam que esse tipo de método se dá quando o pesquisador presencia o fato, mas não participa dele, agindo como mero espectador e não se deixando envolver pelas situações. Para esta etapa da pesquisa utilizou-se um protocolo de observação pré-estipulado pela própria autora (APÊNDICE 1) com base no estudo de Ananth *et al* (1992) que fala sobre a necessidade de um mercado de hospedagem para hóspedes maduros. A pesquisa contou com os seguintes itens:

1. Avaliação da estrutura do hotel, quanto à existência de adaptações para receber esse grupo etário;
 - a. Facilidades nos quartos (banheiros [presença de barra de apoio; boa iluminação; piso antiderrapante; tamanho do banheiro; torneira e chuveiro fácil de manipular]; quarto [maçaneta fácil de manipular; presença de cobertores extras; informações com letra legível; localização do quarto em andar térreo ou próximo aos elevadores, sistema de ar condicionado, colchão mais firme]).
 - b. Facilidades em comidas e bebidas (opção por um cardápio dietético, como é servida a alimentação, refeições extras, letras grandes no cardápio).
 - c. Serviços e conveniências (sinalização legível e áreas públicas, facilidades médicas; unidades habitacionais para não fumantes e segurança);
 - d. Facilidades na estrutura (rampas, corrimão, piso antiderrapante, etc.).
 - e. Averiguação sobre a presença de atividades voltadas à terceira idade e como estas são implementadas; e
 - f. Tratamento dos funcionários para com esses clientes.

Além da observação, ainda foi realizado uma entrevista semi-estruturada com perguntas abertas (APÊNDICE 2) com o gerente do hotel pesquisado, visando esclarecer alguns conceitos que foram colocados nos objetivos específicos. Segundo Santos e Candeloro (2006) a entrevista semi-estruturada é a forma mais adequada de coleta de dados em pesquisas qualitativas, pois assim o entrevistado terá oportunidade de coletar informações de caráter mais subjetivo. A entrevista contou com questões abertas, onde foram abordados temas como adaptações existentes, dificuldades em se especializar neste mercado, assim como as vantagens, estratégias para atrair esse público, tendo como objetivo principal responder à problemática proposta neste estudo. Essa etapa do trabalho foi efetuada no mês de julho do mesmo ano.

Após coleta de dados, houve a análise do material empírico coletado, posteriormente interpretação dos resultados, confrontando o conhecimento acumulado através do embasamento teórico deste estudo com o que foi adquirido.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

Sendo o objeto de estudo deste trabalho o Hotel Caldas da Imperatriz, este subcapítulo irá apresentar seu histórico, sua infraestrutura, tipos de UH's, departamentos, serviços são oferecidos, entre outras informações.

O Hotel Caldas da Imperatriz está localizado na Rodovia Princesa Leopoldina, Km 4, na cidade de Santo Amaro da Imperatriz, no estado de Santa Catarina. É considerado um patrimônio histórico que representa mais de 150 anos de história, já que sua origem se retrata desde o início do século XIX.

Segundo informações obtidas com o gerente do empreendimento, o hotel é um empreendimento de caráter público, administrado pela Companhia Hidromineral Caldas da Imperatriz desde o ano de 1976. Os rendimentos gerados pelo hotel são repassados à prefeitura da cidade que os reverte em melhorias para a cidade.

Além do diferencial histórico e a presença das águas termominerais, o empreendimento se destaca por estar localizado a apenas 40 km de Florianópolis, capital do estado (HOTEL CALDAS, s/d).

Segundo informações obtidas no portal eletrônico do empreendimento, as águas termais que brotam das rochas a uma temperatura de 39° C possuem propriedades medicinais, fazendo com que suas fontes sejam procuradas por visitantes de vários lugares do mundo interessados em seus inúmeros poderes medicinais. Os banhos termais trazem benefícios à saúde, como melhora de funções digestivas, tratamento do reumatismo, melhora o sistema nervoso, o aparelho renal e renovesical, e ainda possui uma eficiente ação desintoxicante e hidratante (HOTEL CALDAS, s/d).

Nesse contexto, o objeto de estudo deste trabalho, é um empreendimento hoteleiro voltado ao termalismo, oferecendo aos seus hóspedes opções de lazer e descanso. Ele é reconhecido no mercado por oferecer características que atraem o público da terceira idade, características estas que serão expostas a seguir.

1.1.1 Histórico do Hotel Caldas Da Imperatriz

Cabe aqui ressaltar que as informações contidas neste item foram levantadas a partir das informações presentes no portal eletrônico do hotel (HOTEL CALDAS, s/d).

Sobre a história do empreendimento, constatou-se que primeiramente houve a descoberta das fontes de águas termais e suas propriedades medicinais em 1809. A partir disso, vários acontecimentos ocorreram, como a tomada das terras que circundam o hotel pelo governo da época até a construção de um hospital, que posteriormente se tornou o empreendimento hoteleiro.

Em 1809 houve os primeiros registros da presença de águas termais nas margens do Rio Cubatão. Em 1813, o Governo Imperial tomou conhecimento das propriedades medicinais da água, e observando a preciosidade destas, ordenou um contingente policial para guardar o lugar, porém em 1814, estes foram dizimados pelos índios que ali residiam.

Em 1818 as fontes foram novamente tomadas dos índios, por ordem do governador catarinense João Vieira Tovar de Albuquerque. No mesmo ano foi

baixado um decreto pelo Rei João VI, para a criação de um hospital, considerado a primeira lei de criação de uma Estância Termal no Brasil.

A partir de 1835 deu-se início à construção do empreendimento, que prolongou por alguns anos, tendo em 1850, uma parte concluída, o prédio com 13 quartos e 6 banheiras de mármore Carrara. A partir do ano de 1855 foram concluídas as instalações e montado o mobiliário.

Por volta de 1920, foi procedida uma ampla reforma no prédio original, passando a funcionar como hotel em regime de arrendamento. Iniciou-se também, a partir desta data, o engarrafamento da água e sua distribuição em Florianópolis.

Em 1932, foram concluídas as obras de um prédio anexo com mais de 22 UH's e um restaurante, sob a orientação de arrendatários, até o ano de 1976, quando a Companhia Hidromineral Caldas da Imperatriz, a qual atribuiu a administração da Estância Termal.

A partir da década de 80, diversas reformas e criações foram realizadas, como por exemplo o anexo do parque aquático; criação de um espaço para banhos termais para os passantes; pequenas reformas nas UH's; mudanças estas realizadas a fim de proporcionar mais conforto e acessibilidade aos hóspedes.

1.1.2 Estrutura do hotel

Segundo informações obtidas com o gerente do hotel, o empreendimento é formado em sua infraestrutura por dois prédios; o primeiro criado em 1850 com a função de hospital, e o segundo foi anexado em 1932, juntamente com um restaurante, período este que passa a funcionar como um hotel.



Figura 1 – Prédio principal do Hotel Caldas da Imperatriz
Fonte: a autora.

Cita ainda o gerente que o hotel conta atualmente com 33 UH's, divididas entre quartos de casal e solteiro (com WC coletivo) e apartamentos de casal e solteiro, podendo receber até 90 hóspedes. São 11 quartos localizados no prédio principal, devido o prédio ser um patrimônio tombado não são permitidas obras que modifiquem a sua estrutura principal, portanto apesar do conforto que oferecem e pouco se diferenciarem dos demais, estas UH's são classificadas como *standard* pelo empreendimento, principalmente pelo fato de não possuírem banheiro individual apenas coletivo (fig. 2). No segundo pavimento, há 22 UH's que possuem frigobar, ar condicionado, cama Box e banheiro sendo estas classificadas como luxo (fig. 3).

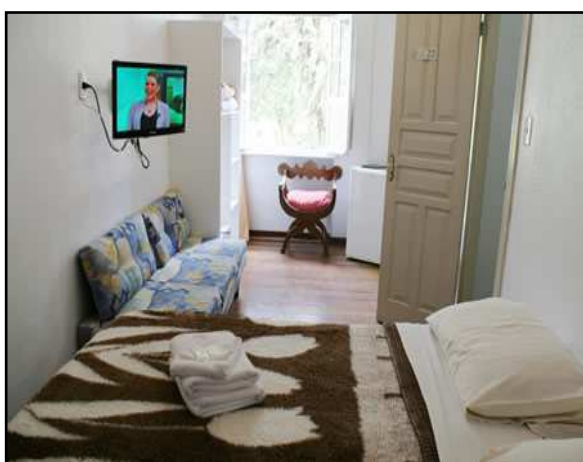


Figura 2 – Apartamento casal luxo
Fonte: Hotel Caldas da Imperatriz, 2012



Figura 3 - Quarto triplo *standard*
Fonte: Hotel Caldas da Imperatriz, 2012

Na área de lazer, conta com 6 banheiras de mármore para os banhos termais dos hóspedes (fig.4), anexo com banheiras para banhos termais para visitantes, piscina, sala de jogos (fig.5), sala de televisão, restaurante e bar, parque com tobo-águas, piscinas artificiais e naturais, área para lazer com churrasqueira, quadra de areia, mirante, cachoeira, entre outras atrações.



Figura 4: Banheira.

Fonte: Hotel Caldas da Imperatriz, 2012.



Figura 5: Salão de jogos e piscina

Fonte: Hotel Caldas da Imperatriz, 2012.

A equipe de colaboradores que atende no Hotel Caldas é composta por pessoas da própria cidade e atualmente conta com aproximadamente 40 funcionários. Os dirigentes dos cargos da administração, como a direção administrativa, direção financeira e gerência, são nomeados diretamente pelo prefeito, no caso estes são 'cargos de confiança'. Atualmente o hotel possui dois gerentes, ambos nomeados no ano de 2011, pelo prefeito do município. Os colaboradores dos setores governança, restaurante/bar, cozinha, manutenção e recepção são contratados a partir de concurso público realizado pela Companhia Hidromineral Caldas da Imperatriz.

A comida oferecida no restaurante é típica das culturas açoriana e alemã, o café da manhã e o colonial são compostos por várias opções de bolos, pães, doces, frios etc. O empreendimento também serve almoço, no estilo *Buffet* com várias opções de pratos e sobremesas. O restaurante fica aberto das 6h da manhã às 22h, atendendo tanto hóspedes como visitantes (HOTEL CALDAS, s/d).

2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO IDOSO AO LONGO DA HISTÓRIA

Nesse capítulo serão abordados fatos sobre a presença de idosos na história, baseando-se na concepção e construção de diversos autores.

Em grande parte da história da civilização, chegar à terceira idade era considerado um período de decadência, de preparação para a morte e de exclusão. Características como bravura, força física, beleza e vigor, sempre foram altamente valorizadas devido à necessidade de defesa e sobrevivência. A depreciação dos idosos, ressalta Frommer e Vieira (2003), ocorreu principalmente no período medieval, renascentista e meados do século XX.

Entretanto houve períodos em que a experiência, a moralidade e a unidade familiar tornaram-se mais importantes que a força e beleza, momento que os velhos passam a ser vistos como elos de união familiar e norteadores de padrões morais (mercantilismo – séc. XIV e séc. XVII) (FROMMER e VIEIRA, 2003).

No século XIV, período do mercantilismo e renascimento houve maior possibilidade de acumular bens, com isso o idoso pertencente às famílias mais abastadas era visto como indivíduo detentor de poder e riqueza, já que aspectos físicos já não eram mais tão valorizados. Entretanto, a velhice continuava a ser pouco valorizada, passando a ser considerada como um período de reclusão, para refletir e se preparar para a morte (FROMMER e VIEIRA, 2003).

No século XVII os velhos passaram a ser mais respeitados, uma vez que a burguesia estava criando uma nova mentalidade sobre idealização da família, onde o idoso representava o poder, a permanência e a unidade familiar (FROMMER e VIEIRA, 2003).

Segundo Frommer e Vieira (2003) o período da Revolução Industrial impactou fortemente nos meios de produção, incidindo na sociedade e na economia da época, possibilitando melhorias nas condições de higiene das pessoas. Esses fatores possibilitaram certo prolongamento de vida e maior inserção social dos sexagenários. Em toda a Europa, e principalmente na Inglaterra, observou-se um significativo crescimento e rejuvenescimento na população em geral.

O século XX foi caracterizado como um período de grande progresso industrial, tecnológico e científico, onde uma palavra foi altamente valorizada: produtividade. Neste contexto a sociedade não vê o acúmulo de experiência como uma virtude, pois percebe que o conhecimento se deteriora com a velocidade e intensidade das inovações que surgem. A sociedade se vê em uma nova fase, onde o consumo/produção é priorizado e, portanto, passa a mudar seus valores, o caráter sagrado da família perde credibilidade e o idoso passa a ser desvalorizado novamente, e características como desempenho, competitividade, vigor, versatilidade associadas a pessoas mais jovens, passam a ser reconhecidas (FROMMER e VIEIRA, 2003).

A globalização, iniciada no final do século XX e início do século XXI, caracterizou-se como um processo de intensas mudanças nos meios de comunicação e transporte, de aprofundamento da integração econômica, social, cultural, política, em que o desenvolvimento científico, a tecnologia e o monopólio da informação passaram a representar a nova tendência a ser seguida, sendo que deter conhecimento é ter poder (FROMMER e VIEIRA, 2003).

Atualmente a sociedade está mais sensível às questões sociais. Não raramente se ouve falar de preocupações com as diversas camadas da população, onde temas pertinentes à velhice são inseridos nas pautas de debates nacionais, demonstrando interesse em estudar mais profundamente esta etapa da vida, bem como analisar novas formas de garantir melhores condições de vida ao idoso.

2.1 PANORAMA ATUAL E PROJEÇÕES DA TERCEIRA IDADE

Hoje no Brasil, o público da terceira idade vem crescendo rapidamente, superando o número de jovens existentes no país. Além da melhoria da qualidade de vida das pessoas que por si só já proporciona mais longevidade, pode-se considerar ainda outros pontos para essa realidade como os avanços que estão acontecendo na medicina, uma brusca queda da taxa de natalidade nacional e também a conscientização da importância dos hábitos saudáveis para se viver melhor. Fatores estes que são abordados por diversos autores

(FROMMMER e VIEIRA, 2003; MOLLETTA e GOIDANICH, 2003; ARAÚJO, 2004; SILVA, 2003).

Para Barbosa (2003, p. 301) essa expressão refere-se à “[...] um período da vida da pessoa em que se alcança a maturidade que associa dois fatos significativos: a consciência de uma experiência de vida já alcançada e o afastamento do mercado formal de trabalho remunerado”.

Segundo o artigo 2º da Lei 8.842 de 4 de janeiro de 1994, que dispõe sobre política nacional deste grupo etário, considera-se idoso todo indivíduo com mais de sessenta (60) anos de idade.

A idade definida pela Organização das Nações Unidas (ONU) para definição da terceira idade traz contradições que acabam por influenciar na criação de produtos turísticos, pois segundo Barreto (2000) há no país pessoas que se aposentam aos 45, 50 anos (por tempo de trabalho ou invalidez), o que causa uma grande dificuldade na criação de produtos turísticos a esse grupo de pessoas devido à diferença de idade que varia da faixa dos 50 a 80 anos.

Para compreender melhor como é formado esse grupo etário, McPherson (2000 *apud* SENA *et al* 2007, p. 6) sugere a seguinte classificação

[...] há pelo menos três ou quatro grupos de idade distintos que são classificados como idosos: aqueles que se aposentam cedo (55 - 65), os aposentados (65 - 75), os idosos em risco (75 -84) e os idosos mais velhos (com mais de 85 anos). Os grupos nasceram em épocas diferentes - pode haver uma diferença de trinta anos -, têm interesses, valores e necessidades diferentes e uma história de vida única.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010) classifica os idosos em quatro faixas etárias: de 65 anos a 69, de 70 a 74, de 75 a 79 e acima de 80. Desses grupos, o que possui a maior população é a da primeira faixa, com 4.840.810 pessoas com idade entre 65 e 69.

Assim a partir da citação de McPherson (2000, *apud* SENA *et al* 2007) pode-se dizer que este grupo apesar de aparentar ser homogêneo por ser formado em sua maioria por idosos, é heterogêneo em sua essência, devido ao fato de seus integrantes possuírem idades que variam entre si, o que lhes implica atitudes como comportamento, valores, modos de se relacionar

diferentes, o que deve ser altamente relevado quando se cria um novo produto para este mercado.

Há grandes diferenças que caracterizam o ritmo de envelhecimento dos países desenvolvidos e dos em desenvolvimento. Nos países desenvolvidos o crescimento no número de idosos não é um fato recente, desde a Revolução Industrial (séc.XVIII) percebe-se uma maior inserção de sexagenários em toda a sociedade europeia, portanto, pode-se afirmar que nestes países houve mais tempo para absorver o contingente de idosos (FROMER e VIEIRA, 2003).

Países como China e Japão, vivem há muitos anos em meio a um grande contingente de idosos e com todos os problemas ligados ao envelhecimento, como doenças próprias da idade e recursos insuficientes para previdência, o que requer políticas sérias e consistentes para atender a esta demanda (GARRIDO e MENEZES, 2002).

Moschis (2003) e Mazo *et al* (2009) apontam que o envelhecimento da população dos países europeus e nos Estados Unidos, ocorreu de forma diferenciada a do Brasil. Na Europa, a queda da taxa de natalidade é um fenômeno que vem ocorrendo há quase um século e de forma gradativa. Já nos Estados Unidos, dois fatores contribuíram para que houvesse o aumento da terceira idade; o primeiro se dá pelo fato das pessoas estarem vivendo mais, onde estimativas concluem que três quartos das pessoas que nascem no país viverão até aos 65 anos, e metade delas podem chegar até os 80 anos de idade.

O segundo fator deste crescimento têm sua origem entre os anos de 1946 e 1964, período que vai de encontro com o fim da Segunda Guerra Mundial, quando os soldados americanos voltam para suas casas, se casam, havendo conseqüentemente um aumento na taxa de natalidade, os nascidos neste período ficaram conhecidos como *baby-boomers*, que se caracteriza como um aumento drástico da população em um período curto de tempo (MOSCHIS, 2003).

No Brasil, Mazo *et al* (2009) cita que o aumento da terceira idade se deu pela diminuição da taxa de mortalidade, ocasionada principalmente pelos avanços e intervenções médicas, assim mesmo que uma pessoa viva em condições miseráveis de moradia e trabalho, sua chance de chegar a velhice são maiores do que as que existiam num passado bastante recente. A taxa de

fecundidade manteve-se relativamente constante até 1965, quando houve uma redução que desencadeou mudanças na distribuição etária do país.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) aponta que a população de terceira idade é um dos segmentos de mercado que mais cresce em termos numéricos no Brasil e no mundo.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2011), através dos dados apresentados na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) aponta que a população residente no Brasil foi estimada em 195, 2 milhões de habitantes; destes, cerca de 12,1% são idosos (entre 60 ou mais) correspondendo a aproximadamente 24 milhões de pessoas. A faixa etária entre 0 e 29 anos, corresponde à 48,6% da população. Em 2009, estes valores eram, respectivamente 11,3% e 50,2%, indicando que prossegue a tendência de envelhecimento da população.

Já a proporção de crianças e adolescentes com até 14 anos de idade vem diminuindo no país. A participação desse grupo na população total caiu de 29,6% em 2000 para 24,1% em 2010. Em 2008, para cada grupo de 100 crianças de 0 a 14 anos existia 24,7 idosos de 65 anos ou mais. O que causa um afunilamento desde a base da pirâmide e um alargamento em seu topo quando comparado com os anos de 1991 e 2000, como pode ser observado na figura 6.

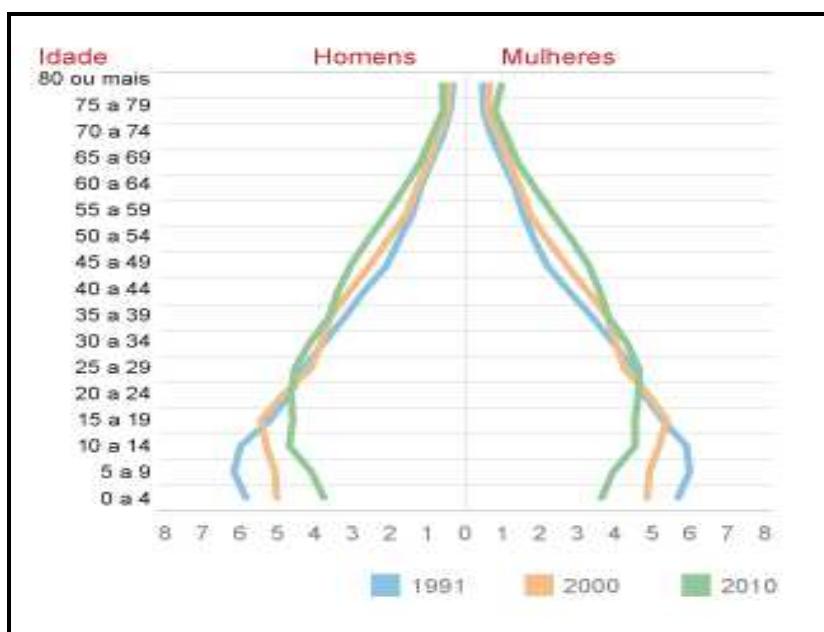


Figura 6 - Composição da população residente total, por sexo e grupos de idade – Brasil 1991/2000/2010.

Fonte: IBGE, Censo demográfico 1991/2010

Previsões do IBGE (2000a) afirmam que em 2025 existirão 31,5 milhões de idosos no país, causando uma mudança maior ainda na pirâmide etária do país. A partir deste período, o formato triangular (1970) passará a ser uma estrutura mais cilíndrica em 2025 (fig.7).

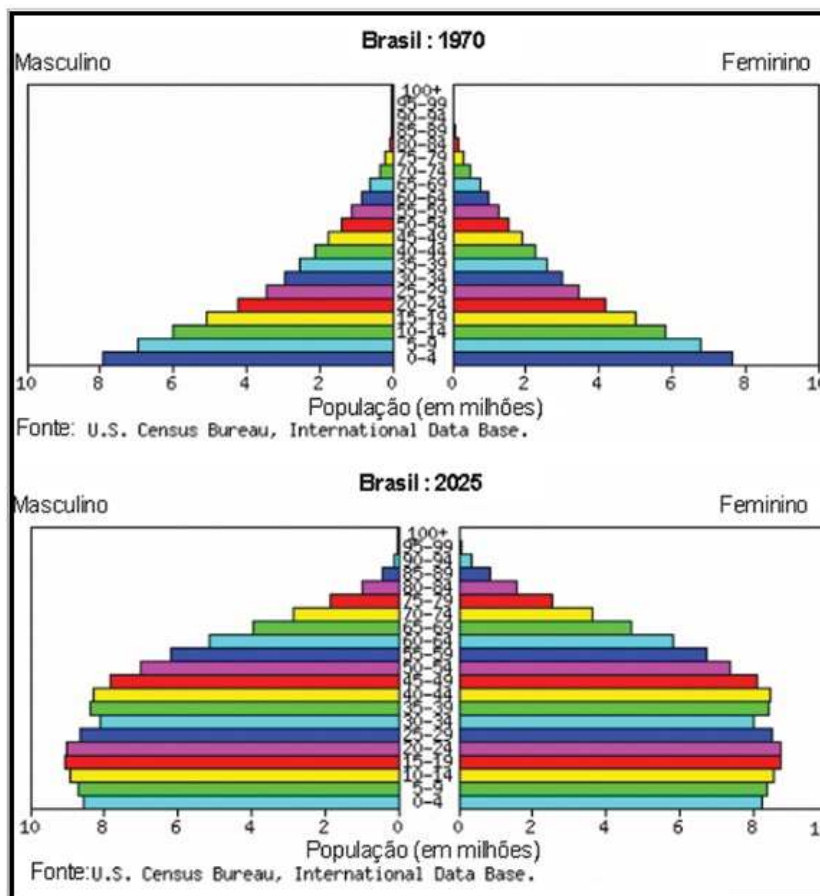


Figura 7 – Mudança da pirâmide etária brasileira, comparação ano 1970 e 2025.

Fonte: Grinberg e Accorci, 2009.

O aumento da população de terceira idade no Brasil foi causado por dois fatores fundamentais; o aumento da expectativa de vida, devido à melhora das condições de vida das pessoas, e a diminuição da taxa de natalidade no país, ocasionada principalmente nos centros urbanos, pela inclusão da mulher no mercado de trabalho, a ação dos meios de comunicação e difusão de meios contraceptivos que teriam levado as mulheres a limitarem o número de filhos (AGNELLO, 2001).

Além dos fatores indicados anteriormente, grande parte do público da terceira idade está com maior consciência de que necessitam se cuidar para

poder viver mais, portando praticar atividades físicas e buscar atividades de lazer são essenciais para evitar o sedentarismo e assim poder viver melhor e com mais saúde (MOLETTA e GOIDANICH, 2003).

Segundo Lomba (2009), há uma grande valorização da terceira idade nos países desenvolvidos. Devido às condições econômicas favoráveis, os idosos possuem melhores condições de vida. Preparam-se desde cedo para ter uma vida confortável na velhice, fazendo planos para a aposentadoria, pagando planos de previdência privados e fazendo poupanças. Este público é disputado como consumidores e eleitores, onde há campanhas, serviços especializados que buscam fidelizar este público.

Enquanto nos países em desenvolvimento como o Brasil, que foi considerado por muitos anos um país de jovens, a sociedade não está preparada para esta mudança no perfil populacional, embora a expectativa de vida tenha aumentado, a qualidade de vida não acompanhou esse crescimento, e isto se deve principalmente dificuldades financeiras enfrentadas por este grupo (MENDES *et al*, 2004).

Netto *et al* (2006) afirmam que o envelhecimento da população causa um desequilíbrio na força de trabalho dos países tanto desenvolvidos como em desenvolvimento, ou seja, há um número maior de pessoas inativas do que economicamente ativas, causando a incerteza de que para os próximos anos a população economicamente ativa não terá condições de suprir uma base fiscal suficientemente grande para atender as faixas etárias dependentes. O que irá causar grandes problemas no sistema previdenciário. Portanto faz-se necessário desde já, planejamento com medidas urgentes por parte do governo que venham a evitar esse 'inchaço' no sistema previdenciário.

O CENSO de 2000 e a sinopse (que apresenta os primeiros resultados definitivos do último recenseamento) apresentada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010) dispõem as seguintes informações sobre a formação da população de terceira idade no Brasil:

- A média de vida do brasileiro (expectativa de vida ao nascer) se elevou de 45,5 anos de idade, em 1940, para 72,7 anos, em 2008, ou seja, mais 27,2 anos de vida.

- Grande parte deste grupo encontra-se nas regiões sudeste e sul do país, sendo Rio de Janeiro e Porto Alegre as capitais com o maior contingente de idosos.
- Grande parte deste grupo, cerca de 81%, encontra-se nas regiões urbanas;
- Este grupo é formado em grande parte por mulheres; correspondendo a 55,1% da população de terceira idade no país. Isso é explicado pelos diferenciais de expectativa entre os sexos, onde as mulheres brasileiras vivem em média 8 anos a mais que o homem;
- Esse grupo feminino dentre a terceira idade, vive sozinho (14%) ou mora com 'outros parentes' (12%) (neste caso representando chefe de família – sogra, mãe, etc.). São em sua maioria viúvas, não possuem experiência formal no mercado de trabalho e seu nível educacional é baixo;
- Cerca de 62,4% dos idosos são responsáveis (chefes de família) nos domicílios brasileiros e destes 37,6% dos responsáveis idosos são do sexo feminino;
- A proporção de idosos alfabetizados no país foi de 64,8%;
- Houve um aumento considerável na renda destas pessoas, dentre os Censos de 1991 e 2000, chegando a taxa de 42%.
- Dos homens idosos, 78% estão aposentados, entre os quais 18% ainda trabalham. No Brasil as pensões e aposentadorias são as principais fontes de rendimentos deste grupo, como os valores geralmente são baixos, possuem um baixo poder aquisitivo, obrigando muitos idosos a buscar outras atividades produtivas, geralmente no mercado informal.

Ainda conforme as projeções feitas por meio das estatísticas do IBGE (2010b), o Brasil terá potencial de crescimento populacional até 2039, quando se poderá atingir o 'crescimento zero', momento qual serão registradas taxas de crescimento negativo, correspondentes à queda do número de habitantes.

Frommer e Vieira (2003) apontam que o aumento significativo da terceira idade, aumenta a demanda por serviços públicos, como previdência, instituições sociais e de saúde, pressionando o governo e entidades privadas a

-planejar e/ou adequar políticas socioeconômicas para poder atender necessidades e garantir melhores condições de vida à terceira idade.

Somado a isso foram criadas políticas públicas e legislações como o Estatuto do Idoso (Lei nº 10.141/2003), que dispõe sobre os direitos do idoso e a Política Nacional do Idoso (Lei nº 8.842/1994) que tem por objetivo “assegurar os direitos sociais do idoso, integração e participação efetiva na sociedade” (BRASIL, 1994, p.1).

Pode-se perceber que a presença de idosos na sociedade atual é cada vez mais intensa, onde estes demandam por diversos serviços que devem ser adaptados e executados por profissionais qualificados para melhor atendê-los, pois este grupo é deveras exigente e ciente de seus direitos. Nesse contexto as empresas envolvidas tanto na criação como na formação de produtos turísticos devem considerar que este grupo é heterogêneo, formado por idosos de idades díspares que tem necessidades, valores, expectativas e desejos diferentes, que devem ser analisados e respeitados quando se oferece algum serviço turístico.

2.2 O ENVELHECIMENTO E SUAS PARTICULARIDADES

Envelhecer é um processo da vida por qual todos irão passar, assim como as etapas da infância e juventude. Para muitos é considerada uma fase de perdas, já que não há mais o vigor e a força de antes. Para outros é o período de reavaliar tudo o que foi feito ao longo da vida, e de começar a pensar na morte como algo mais próximo. Netto (1997) afirma que as pessoas não chegam a esta etapa sem que se faça presente problemas típicos da idade, sejam eles de ordem orgânica, psicológica ou mesmo social. Ainda segundo o autor, o envelhecimento é um processo irreversível, progressivo e natural, que surge ao nascimento do indivíduo, e o acompanha até o fim da vida, sendo finalizado com a morte.

Mazo *et al* (2009), Moschis (2003), Okuma (1998) e Schneider e Irigaray (2008) apontam que o envelhecimento é um processo multidimensional, ou seja, envolve questões biológicas, psicológicas e sociais. Desta forma, é difícil estabelecer uma idade para se definir qual o início da terceira idade, já que esta etapa ocorre de forma diferente para cada indivíduo. Ela não acontece por

simples cronologia, mas sim pelas condições físicas, funcionais, mentais e de saúde em que a pessoa se encontra neste período, portando não se constituindo como um processo homogêneo nem padronizado.

[...] os indivíduos envelhecem de forma muito diferenciada, dependendo de como organizaram suas vidas, das características históricas que vivem e viveram, da ocorrência de doenças durante o envelhecimento e da interação entre fatores genéticos e ambientais (FREIRE, 2000, p.24).

Para facilitar o entendimento sobre as características do envelhecimento, os processos desta etapa serão descritos nos subitens abaixo.

2.2.1 Aspectos biológicos ou idade biológica

Queixas que antes eram esporádicas, agora tornam-se mais frequentes, como dores nas costas. Praticar atividades que antes eram rotineiras, agora estão mais difíceis. Isto são sinais que o corpo está envelhecendo, fazendo com que a expressão 'terceira idade' torne-se sinônimo de enfermidades.

De acordo com Schneider e Irigaray (2008) e Mazo *et al* (2009) os aspectos biológicos são definidos pelas mudanças naturais, corporais e mentais que ocorrem durante o processo de envelhecimento, caracterizando-se por um declínio harmônico dos sistemas que compõe o organismo humano.

Vitta (2000) e Mazo *et al* (2009) afirmam que com a chegada da terceira idade várias alterações são consideradas normais, podendo estas ser cardiovasculares (aumento da pressão arterial, depósito de gorduras nas veias e artérias, alteração do batimento cardíaco, etc.), respiratórias (insuficiência respiratória), do sistema nervoso (diminuição no número de neurônios, da capacidade de resposta motora, de reflexos e coordenação), do aparelho musculoesquelético (arqueamento da postura, redução da mobilidade, perda de massa muscular), do sistema renal e gastrointestinal, entre outras alterações. Essas mudanças provocam dificuldade na realização de atividades que antes eram facilmente realizadas, como atividades domésticas, subir escadas, atividades físicas ou mesmo caminhar.

O equilíbrio é o resultado da interação harmônica entre os diversos sistemas que formam o corpo humano (vestibular, visual, somatossensorial e musculoesquelético). Segundo Araújo (2008), com o envelhecimento, partes

deste sistema começam a sofrer perdas funcionais, dificultando o bom funcionamento do organismo, e diminuindo a resposta motora pelo controle da postura e do equilíbrio corporal, aumentando a incidência de quedas e conseqüentemente a ocorrência de fraturas e complicações.

Diversas podem ser as origens das quedas, influenciadas pelos fatores extrínsecos e intrínsecos. Os intrínsecos motivados pelo próprio sujeito, quando este possui redução da função dos sistemas, apresentando assim dificuldades para se manter ou recuperar o equilíbrio. Já os extrínsecos estão relacionados ao ambiente, envolvendo fatores como iluminação, tapetes soltos, degraus altos ou estreitos, piso escorregadio, etc. (ARAÚJO, 2008).

Outro aspecto interessante a ressaltar é que os idosos sofrem mais com as mudanças de temperatura. Com o envelhecimento, o organismo perde sua capacidade de regular sua própria temperatura. As trocas de calor que levam o sangue para todo o corpo e aquece os tecidos, ficam debilitadas fazendo com que estas pessoas sintam mais frio quando comparado aos mais jovens, além de estarem com a quantidade de tecido subcutâneo reduzida, atividade de glândula sudorípara diminuída e metabolismo mais lento, o que deixa o idoso mais sensível à ambientes extremos (POTTER, 2009).

Juntamente com o envelhecimento, há a intensificação de problemas que já ocorriam em períodos anteriores. Há também aparecimento de outras doenças, sendo as mais comuns: glaucoma, catarata, fraqueza, cansaço, edema nos pés, feridas crônicas nos membros inferiores, diabete, doenças de pele, dificuldades de urinar, tosse crônica, artrite reumática, problemas cardíacos, derrame, surdez, insônia, cirrose hepática, vesícula e impotência sexual (MEDEIROS, 2003).

Essas alterações acabam por influenciar psicologicamente e socialmente a vida do idoso, sendo importante ressaltar que essas modificações ocorrem de forma diferente de pessoa para pessoa, caracterizando-se como um processo individual (MAZO *et al*, 2009).

2.2.2 Aspectos psicológicos ou idade psicológica

O momento em que mais se pensa na terceira idade é quando esta bate em nossa porta. Dificilmente as pessoas se imaginam nesta etapa da vida; elas

pensam que este momento está em um futuro muito distante, portanto não havendo necessidade de se preparar. Skinner e Vaughan (1985) citam, que quando a maturidade chega, o indivíduo geralmente não consegue chamar-se a si mesmo como velho, considerando usualmente como 'mais velho' que seu interlocutor ou definindo-se como 'mais experiente'. A expressão velho é tão carregado de preconceitos, que não procura-se aprender o que realmente o termo significa, já que geralmente este vem acompanhado de tantos problemas.

Os aspectos psicológicos podem ser analisados de duas maneiras diferentes quando associados à terceira idade. A primeira forma está relacionada à idade e a capacidade psicológica, ou seja, capacidade de percepção, memória e aprendizagem. A segunda está relacionada com o senso subjetivo de idade, ou seja, como o indivíduo julga, em comparação com outras pessoas de sua idade, a presença ou ausência de marcadores biológicos, sociais e psicológicos. Ambos relacionam as competências comportamentais do indivíduo para se adaptar às mudanças que ocorrem de acordo com a idade (NERI, 2000).

Cada pessoa chega à terceira idade de uma forma diferente. Rugas, cabelos brancos, pele ressecada e mais fina, doenças crônicas não transmissíveis (DCNTs) como hipertensão, diabetes, osteoporose entre outras enfermidades são típicas desta idade. Contudo, para alguns idosos, isso não faz com que se sintam doentes e os impeçam de levar uma vida normal.

Segundo Medeiros (2003) e Okuma (1998) pessoas com 90 anos podem estar em melhores condições físicas e psicológicas do que idosos mais jovens. O modo como 'enxergam' a vida e como a desfrutam, influencia diretamente no modo de como se viverá a velhice. Okuma (1998) comenta ainda que pessoas que vivem a vida prazerosamente; desfrutam melhor esta fase da vida, pois ao contrário de sentir a velhice como uma contagem regressiva para a morte, continuam vivendo plenamente, realizando as atividades que estão acostumados, mas respeitando suas limitações, e mantendo contato humano intenso.

Algumas pessoas não conseguem aceitar que estão na terceira idade, portanto recorrem a práticas cirúrgicas, tratamentos estéticos, e outras medidas para tardar o envelhecimento. Outros que não conseguiram uma situação

estável na juventude, ou não alcançaram os objetivos que haviam sido planejados, sentem-se irrealizados e infelizes quando ficam idosos, pois suas aspirações não foram satisfeitas, podendo ocorrer problemas psicológicos como a angústia e a depressão (MEDEIROS, 2003). Outros fatores como dificuldade para realizar atividades rotineiras, interferência de outras pessoas em sua autonomia, perdas de entes queridos, também causam alterações emocionais, segundo Vitta (2000, p.85)

[...] é relativamente comum encontrar entre idosos, principalmente quando doentes, uma diminuição na satisfação com a vida, na autoestima e na autonomia, além de quadros de depressão, de ansiedade e solidão.

O envelhecimento, portanto é o resultado da construção de tudo o que a pessoa fez durante a vida, de todo o caminho que foi percorrido, sendo influenciado diretamente pelo padrão de comportamento adquirido e mantidos ao longo da mesma.

2.2.3 Aspectos sociais ou idade social

Os aspectos sociais estão ligados diretamente ao grau de adequação de um indivíduo aos papéis e comportamentos esperados por pessoas de sua idade, num dado momento da história de cada sociedade (NERI, 2000).

Para Rodrigues *et al* (2010 este processo é determinado por regras e expectativas sociais. Categoriza os indivíduos em seus direitos como cidadãos, sendo-lhes destinados tarefas a serem desempenhadas de acordo com a idade cronológica e biológica em que se encontram. Está relacionado ao direito de voto, matrimônio, *status* profissional, procriação, produtividade, ou seja, ações que são impostas pela sociedade, e que devem ser seguidas por todos, independentemente da sua idade. No caso do envelhecimento, espera-se que estas expectativas estejam cumpridas.

Schneider (2008, p. 590) aponta que

A idade social é definida pela obtenção de hábitos e *status* social pelo indivíduo para o preenchimento de muitos papéis sociais ou expectativas em relação às pessoas de sua idade, em sua cultura e em seu grupo social. Um indivíduo pode ser mais velho ou mais jovem dependendo de como ele se comporta dentro de uma classificação esperada para sua idade em uma sociedade ou cultura

particular. A medida da idade social é composta por performances individuais de papéis sociais e envolve características como tipo de vestimenta, hábitos e linguagem, bem como respeito social por parte de outras pessoas em posição de liderança.

Os aspectos sociais correspondem, portanto, ao comportamento e cumprimento dos papéis que a sociedade determina para seus membros, papéis estes que são criados de acordo com a cultura, classe social, gênero, transcorrer das gerações e condições de vida. Vale ressaltar que as variações destes conceitos levam a desigualdade no processo de envelhecimento (SCHNEIDER E IRIGARAY, 2008).

A aposentadoria é um fato marcante nas atividades e relações sociais, já que há o desligamento abrupto destas. Mazo *et al* (2009) cita que o afastamento do indivíduo da atividade profissional, pode gerar despersonalização e marginalização da vida social, além do sentimento de inutilidade e exclusão, devido ao fato de não mais produzir e não ter o que fazer.

Para minimizar os efeitos causados pela aposentadoria, desempenhar atividades com fins recreativos (*hobbies*), continuar a trabalhar, mas como opção e não obrigação, dedicar-se a cursos, trabalhar menos horas são opções que ajudam a se adaptar à sua nova condição.

Neste contexto, após a discussão destes processos, pode-se dizer que a atividade turística surge como uma forma de otimizar esta etapa da vida, uma vez que esta poderá melhorar as condições psíquicas de pessoas com mais de 60 anos, como também influenciar na saúde física e melhorar a integração social. Sendo assim, no próximo item será estudado mais profundamente como se dá a relação do turismo para a terceira idade.

2.3 TURISMO PARA TERCEIRA IDADE

Neste capítulo será abordado alguns conceitos e considerações sobre a o turismo para a terceira idade; como também salientar que o investimento nesse segmento de mercado pode ser viável através da criação de produtos específicos bem como adaptação dos produtos já existentes.

Para Moletta e Goidanich (2003), chegar à terceira idade indica que o indivíduo está com a vida formada, os filhos criados, com a vida financeira

estável, já adquiriu bens materiais (como moradia própria), dispõe de tempo livre e quer aproveitar de diversas maneiras, por isso pode-se afirmar que esta etapa da vida está

[...] associada à idade do lazer, sendo o início dela muito relativo, dependendo da subjetividade de quem o define em função de diversos fatores: sociais, culturais, políticos e econômicos. A velhice passou a ser representada como uma fase a ser aproveitada e, em sua esteira, concebeu-se a ideia de aposentadoria ativa a partir da imagem de que a vida começa aos sessenta anos (GUZMAN e SENA, 2008, p. 4).

O Brasil sempre foi rotulado como um país de jovens, porém nos dias atuais essa afirmação foge à nossa realidade. Tendo em vista que o mercado maduro está aumentando cada vez mais, empresários de diversos ramos, estão voltando suas estratégias de marketing a esse público. Algumas destas empresas são: Du Loren (lingerie), Melhor Idade (revistas), Drogasil, Drogaria São Paulo (drogarias), Ginastic Center (academias de ginástica) (ACEVEDO, 1998).

Acevedo (1998), aponta que empresas do ramo turístico estão percebendo a oportunidade que surge com este nicho e estão criando/adaptando produtos e serviços para melhor satisfazê-los em agências de turismo, empresas aéreas e principalmente os meios de hospedagem. Neste último, é possível citar o Cristal Palace Residence no bairro de Copacabana – Rio de Janeiro - RJ, Guarany Center Hotel - Águas de Lindóia - SP, Hotel Fazenda Solar das Andorinhas – Campinas - SP, que oferecem serviços especializados para esta faixa etária, como atividades recreativas, UH's com adaptações, alimentação adequada entre outros.

Segundo Cobra (2001), produtos e serviços turísticos voltados à Terceira Idade estão ganhando força em diversos países, em especial para atender a uma grande demanda de pessoas que munidas de tempo e maior capacidade econômica, devido suas aposentadorias, veem no turismo uma forma de preencher o tempo, explorando novos lugares, conhecendo novas culturas e desenvolvendo novos interesses.

Moletta e Goidanich (2003, p.9) conceituam o turismo de 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.” Sendo, portanto um segmento viável, mas que exige certas adaptações de serviços e produtos.

O turismo planejado para a terceira idade propicia várias vantagens como: ocupação dos equipamentos na baixa estação, diminuição dos preços junto às empresas turísticas, expansão e melhoria da rede hoteleira, qualificação de mão de obra local, valorização do patrimônio cultural, aumento do intercâmbio entre turistas e a comunidade receptora e melhoria da infraestrutura da cidade receptora (MOLETTA e GOIDANICH, 2003).

Assim esta atividade quando voltada a este grupo deve ser planejado de forma a satisfazer necessidades, atender expectativas e em contrapartida amenizar problemas presentes no mercado turístico como a sazonalidade.

A sazonalidade é um dos maiores fatores que causa desequilíbrio na atividade turística. Segundo Balanzá e Nadal (2003, p.53) “a sazonalidade pode ser explicada como períodos de atividade e inatividade de compra e venda turística, onde os agentes climáticos são um dos muitos fatores que podem afetar os períodos de alta e baixa temporada”, ou seja, a instabilidade causada pela alta e baixa demanda por um produto turístico em certas épocas do ano. Segundo Brito (2005) a sazonalidade cria a necessidade das empresas turísticas diversificarem seus produtos a fim de atrair turistas o ano todo e manter a empresa estável no mercado.

Moletta e Goidanich (2003, p.20) apontam que os segmentos turísticos mais procurados pela terceira idade são os voltados à saúde, lazer/recreação, cultura, ecologia, religiosidade e eventos. Tendo uma relação muito forte entre turismo de saúde e terceira idade, pois este nicho sempre busca novas fontes de energia e vitalidade que lhe tragam benefícios e prolonguem seus anos de vida, sendo o turismo de águas termais o segmento mais procurado. Buscam lugares onde possam descansar, fugir da rotina, conhecer novas culturas, praticar atividades de lazer que lhes proporcione divertimento, e principalmente interagir com outras pessoas.

As principais motivações que levam esse grupo a viajar segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT) (2000) são os bailes de salão, reuniões, participar de feiras e eventos culturais, convívio social e fazer novas amizades, ou seja, busca por lazer, entretenimento e conhecer lugares diferentes. Silva (2002) complementa citando que o turista de terceira idade

busca sair de sua rotina, fugir dos problemas e conhecer pessoas, momento que surge a oportunidade de compartilhar seus interesses com seus semelhantes, enquadrando-se em um grupo que partilhe das mesmas coisas.

Segundo informações obtidas no programa Viaja Mais Melhor Idade¹ (BRASIL, 2011), os dez principais destinos procurados pelos turistas de terceira idade são: Fortaleza (CE), Fernando de Noronha (PE), Natal (RN), Serra Gaúcha (RS), Maceió (AL), Salvador (BA), Lençóis Maranhenses (MA), Bonito (MS), Belém (PA) e Pernambuco (PE).

2.3.1 Entidades e Programas voltados à terceira idade

Visto que o crescimento da população da terceira idade no Brasil é um fato consolidado, o governo criou políticas para que idoso pudesse viver com qualidade de vida, como o Estatuto do Idoso (Lei nº 10.141/2003), que dispõe sobre os direitos do idoso como o direito à educação, cultura, esporte e lazer, e estipula o desconto de 50% na compra de ingressos para este tipo de atividades e a Política Nacional do Idoso (Lei nº 8.842/1994).

Para Possamai (2009) clubes e associações de terceira idade foram criados por associações de assistência social, órgãos municipais, pelos próprios idosos e pelo governo com a intenção de incentivar atividades de movimento para evitar o sedentarismo entre os idosos, criar espaços de convivência, oportunizar o contato com a natureza, incentivar hábitos saudáveis além de organizar atividades turísticas, como viagens e excursões.

Os Clubes da Melhor Idade segundo Moletta e Goidanich (2003, p.55)

são sociedades civis, sem fins lucrativos, com personalidade jurídica própria que funcionam como centros de convivência, onde são programadas atividades artístico-culturais, de lazer e recreação, bem como viagens, preparadas por agência credenciadas pela EMBRATUR, a custos reduzidos.[...] Para alguns clubes de terceira idade, ter mais de 50 anos é condição básica para se inscrever como sócio.

O Clube da Maior Idade desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) visa estimular pessoas com mais de 50 anos a viajar e para isso

¹ Dados obtidos em uma pesquisa realizada durante o 6º Salão do Turismo - Roteiros do Brasil (2011).

conta com condições especiais como: “custos reduzidos pra viagens de curta e média duração, com descontos no transporte e na hospedagem, programas com roteiros completos em que são oferecidos alimentação, passagens além de outras vantagens” (MOLETTA e GOIDANICH 2003, p.55).

O Governo Federal tem investido em outras iniciativas tentando fomentar o turismo praticado por esse grupo como o Programa Viaja Mais Terceira Idade, uma iniciativa do Ministério do Turismo que busca promover a inclusão do idoso, promover o turismo interno e diminuir a sazonalidade nos meses de baixa ocupação. Estimula e facilita a brasileiros acima de 60 anos conhecer o país através de descontos e pacotes especiais, que são oferecidos por empresas e meios de hospedagem ligados ao programa (BRASIL, s/d).

O programa iniciou-se em 2007, com a criação e a comercialização de pacotes customizados para a terceira idade, além da concessão de uma linha de crédito consignado para estimular as viagens desse público (CARVALHO, 2009).

Diversas são as vantagens oferecidas por esse programa. Para as destinações turísticas, bem como empreendimentos turísticos há possibilidade de ocupação nos períodos de baixa temporada, melhorias na infraestrutura turística da cidade, qualificação da mão de obra, diversificar a oferta turística. Os idosos são beneficiados pela possibilidade de conhecer diversas destinações turísticas por preços reduzidos e pagamento em forma de crédito consignado e parcelamentos (CARVALHO, 2009).

Geralmente nos pacotes turísticos estão incluídos transporte de origem ao destino; traslados in e out, hospedagem com café da manhã e um ou mais passeios. O diferencial deste pacote é a inclusão de transporte aéreo ou rodoviário, cartão de assistência viagem, pelo menos duas refeições diárias e equipamentos e infraestrutura especializada para atender à este grupo, também há incentivos para que as empresas que vão recebê-los idealizar programações e atividades dirigidas à eles (BRASIL, 2008).

2.3.2 Turismo para a Terceira Idade: Peculiaridades, necessidades e limitações.

O turista de terceira idade busca constantemente viver novas experiências, exercer sua identidade e conhecer novas pessoas. Quando estão viajando, demandam pelos mesmos serviços de qualquer turista, como alimentação, hospedagem, porém necessitam que estes serviços tenham certas especificações para que possam melhor atendê-los (CARVALHO, 2009).

Beni (2003) cita que esse nicho de mercado tem como principal característica a não sazonalidade, ou seja, esse público tem disponibilidade para viajar a qualquer período do ano devido à liberdade de horários que dispõem, embora dependendo de uma única fonte monetária (aposentadoria) preferem viagens com permanência de mais tempo no destino e geralmente preferem viajar em grupos.

Este mercado é formado por pessoas com características diferenciadas e portando necessitam de tratamento especial e com qualidade, como cita Moletta e Goidanich (2003, p.39)

Todo turista gosta de ser tratado como se fosse único. Sendo assim, é conveniente que as pessoas que entram em contato com esse tipo de turista, apesar de sua diversificação, tenham como objetivo a qualidade total, pois esta é a diretriz básica para o atendimento da terceira idade. Além disso nessa faixa etária, as pessoas possuem características muito específicas, como, por exemplo, um alto nível de exigência, senso crítico e conhecimento acumulado.

Também é marcante a presença de pessoas bem dispostas, que valorizam o bem estar e a satisfação pessoal, buscando investir em produtos e serviços que contemplem suas expectativas (FROMMER e VIEIRA, 2003). Ainda segundo as autoras os turistas da terceira idade estão cientes sobre suas condições físicas, preservam sua autonomia e conhecem seu potencial de realização.

Portanto, esse grupo exige mais qualidade nos serviços prestados, enfatizando o atendimento personalizado, receptividade, acessibilidade, a segurança e conforto, o que cria a necessidade de mão de obra qualificada e especialmente treinada para este fim.

Considerando que a terceira idade estará cada vez mais voltada ao turismo de saúde, observa-se a possibilidade de ampliar a oferta de empreendimentos hoteleiros de lazer, spas, casas de saúde, hotéis históricos entre outros estabelecimentos (GUIMARÃES, 2006).

Como ressalta Moletta e Goidanich (2003, p.28) “todo empreendimento voltado a esse público (terceira idade) deve levar em conta as condições deste público e as peculiaridades que os envolvem. Os projetos devem ser flexíveis à adaptações que se fizerem necessárias”. Portanto para a criação de produtos voltados a este nicho de mercado deve-se conhecer as limitações dos futuros clientes e respeitá-las.

Considerando que este nicho está ganhando uma grande fatia do mercado consumidor, empresários estão investindo nessa área, principalmente no ramo turístico, já que o turismo e lazer é muito procurado por esse grupo etário como forma de ocupar o tempo ocioso que a aposentadoria lhes impõe. Com isso faz-se necessário adaptar produtos e serviços para melhor atendê-los. Devido a forte concorrência que o setor hoteleiro vem enfrentando, o nicho da terceira idade surge como uma oportunidade de oferecer um produto diferenciado, e assim conseguir destaque no mercado.

3 MEIOS DE HOSPEDAGEM

Neste capítulo serão abordados aspectos relacionados aos meios de hospedagem, como sua origem, quais os tipos existentes, etc. Também será apresentado sobre a meios de hospedagem especializados em terceira idade, mostrando quais as necessidades, dificuldade, vantagens, adaptações e cuidados que deve-se ter ao dedicar suas atividades a este grupo etário.

Diversas são as motivações que levam pessoas a viajar, descanso, lazer, participar de eventos, visitar parentes, etc. Esse deslocamento para um lugar fora da residência habitual por um período superior a 24h cria a necessidade do turista buscar um lugar que ofereça alojamento e alimentação, portanto observa-se que os meios de hospedagem tornam-se indispensáveis em qualquer viagem, desta forma é possível afirmar que este é um dos elementos base formadores dos serviços turísticos (PETROCCHI, 2002).

Meio de hospedagem, segundo Castelli (2003), é o empreendimento, que mediante pagamento de diárias, oferece alojamento a clientes.

Pelo artigo 23 da Lei Geral do Turismo nº 11.771 de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional do Turismo, definindo as atribuições do Governo Federal no planejamento, no desenvolvimento e no estímulo ao setor turístico e disciplina a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos, sendo estes organizações públicas ou privadas

[...] consideram-se meios de hospedagem os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominado de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária (BRASIL, 2008).

Segundo Davies (2007) as empresas do ramo hoteleiro são completamente diferentes das do ramo industrial e comercial. O tratamento pessoal é fundamental na prestação dos serviços hoteleiros e se tratando de um produto estático, o consumidor é que deve ir ate o empreendimento para adquiri-lo.

Candido e Vieira (2003) e Davies (2007) apontam que a principal finalidade dos empreendimentos turísticos é oferecer hospedagem, alimentação, entretenimento, segurança e bem-estar aos hóspedes, constituindo-se, portanto, um dos principais elementos da infraestrutura turística. Neste contexto, evidencia-se a necessidade de diversificação e qualidade na prestação deste serviço para conseguir atender as necessidades da demanda.

Diversos são os tipos de meios de hospedagem existentes, Beni (2003) aponta que de acordo com a legislação existente, há duas categorias em que estes empreendimentos se enquadram: hoteleiros (que podem ser classificados pelo Ministério do Turismo (Mtur)) e extra-hoteleiros (não possuem classificação própria e sua qualidade é avaliada de acordo com a necessidade do hóspede). O Mtur (2010) através do Sistema Brasileiro de Classificação estabeleceu sete tipos de Meios de Hospedagem, para classificar e atender a diversidade da oferta hoteleira nacional (Hotel, *Resort*, Hotel Fazenda, Cama & Café, Hotel Histórico, Pousada e *Flat/Apart-Hotel*). Já os considerados extra-hoteleiros, citados por Beni (2003) são: pensão, pensionato, colônia de férias, hospedarias, *hostel* (albergue), parador, camping, acampamento de férias, imóvel locado, segunda residência, entre outros.

Diante da grande variedade de meios de hospedagem existentes e a competição existente nesse mercado, alguns empreendimentos estão segmentando seus serviços a fim de atender as necessidades que surgem à medida que o turista busca novas motivações, assim adaptando produtos e serviços existentes de acordo com as especificidades, desejos e necessidades dos turistas (SILVA, KUSHANO e ÁVILA, 2008).

Com a oferta de tantos produtos dentro da hotelaria, muitos meios de hospedagem estão se especializando em diferentes nichos como famílias, jovens, terceira idade, em função da concorrência existente e também como uma ferramenta para diminuir a sazonalidade que é um fator muito presente no turismo. Beni (2003) ressalta que a segmentação é uma importante ferramenta dos estabelecimentos hoteleiros, pois é por meio desta que se consegue direcionar o público alvo de acordo com os serviços prestados e o tipo de atendimento.

Deste modo os meios de hospedagem têm oferecido vários serviços e produtos que vão além da hospedagem, como alimentação, espaços para eventos, lazer, etc. (MENEZES, 2011). Oferecendo assim a possibilidade do cliente poder escolher os serviços que mais lhe agradem e satisfaçam suas necessidades.

Há vários tipos de meios de hospedagem e estes orientam seus serviços para atender a certo tipo de demanda, ou oferecem serviços variados que venham a ser o diferencial do empreendimento.

Alguns alojamentos oferecem serviços de alimentação em suas diárias, sendo este tipo de serviço classificado por Cândido e Vieira (2003) como: Americano (pensão completa, com três refeições, sendo estas café da manhã, almoço e jantar); Americano com meia pensão (café da manhã incluso e mais uma refeição escolhida a critério do cliente); Continental (café da manhã simples); Europeu (não inclui alimentação).

Outros empreendimentos oferecem muitos tipos de serviço, fazendo com que o próprio hotel seja o atrativo, neste caso são os *resorts* que possuem uma gama variada de atividades e possuem serviços tão completos que o turista não necessita sair do empreendimento. São hotéis segmentados para um público de alto poder aquisitivo, e por isso trabalham com diárias com valores elevados (EDUCATUR, 2010).

Segundo Moletta e Goidanich (2003) empreendimentos que possuem como seu atrativo principal o termalismo, atraem pessoas de diversos lugares que procuram obter melhores condições de saúde ou evitar sua degeneração física, mediante a utilização de meios terapêuticos. Portanto pode-se dizer que o público-alvo deste meio de hospedagem é a terceira idade, já que estes segundo as autoras, buscam benefícios para a saúde, procurando novas fontes de energia e vitalidade, que possam aumentar seus anos de vida.

3.1 MEIOS DE HOSPEDAGEM E TERCEIRA IDADE

Sabe-se que a terceira idade é um grupo com características próprias e que devem ser altamente consideradas quando se cria um produto destinado à eles, pois somente assim terão sucesso os empreendimentos que investirem no turista de terceira idade. Uma vantagem na especialização neste grupo para

os meios de hospedagem é que estes poderiam segmentar seus serviços e também aumentar a oferta de diferentes tipos de hospedagem, o que proporcionaria ao idoso a chance de praticar outros tipos de turismo de seu interesse e fugir do convencional turismo religioso e de saúde ligado a termalismo.

Segundo Moletta e Goidanich (2003) os meios de hospedagem mais buscados por este tipo de turista, são os que possuem atrativos relacionados a saúde, como estâncias hidrominerais, climáticas, termais e litorâneas, por exemplo temos o Rio Quente Resorts em Goiás, que oferece aos seus hóspedes uma gama de atividades de lazer, como caminhadas, atividades esportivas, shows, parques e também banhos termais, e o Hotel Caldas da Imperatriz em Santa Catarina, que é o empreendimento do estudo de caso deste trabalho. Há também empreendimentos que oferecem infraestrutura e atividades voltadas á eles, utilizando como exemplo o Hotel Fazenda Solar das Andorinhas em SP, que oferece atividades direcionadas ao idoso como bailes com karaokê, campo de bocha, campeonatos de jogos de carta, dominó e outras atividades para todas as idades. E por último meios de hospedagem que ofereçam oportunidade de participar de eventos destinados à terceira idade, como também o contato com a natureza e com a cultura local.

Para que meios de hospedagem consigam atender satisfatoriamente ao nicho da terceira idade, necessitam-se algumas adaptações nos empreendimentos como: facilidades nas Unidades Habitacionais – UH's (quartos confortáveis e sem ruído, banheiros adaptados com barras, etc.), facilidades em comidas e bebidas (cardápios diferenciados e com opções para diabéticos, hipertensos, etc.), serviços de conveniência (com letreiros e sinalização de fácil entendimento e letras grandes, salas de estar, etc.), atividades de lazer (bingo, rodas de conversa, saraus, oficinas, jogos, academia, etc.), facilidades na infraestrutura do empreendimento (rampas, corrimões, etc.) (ANANTH *et al*, 1992).

É necessária também a contratação de alguns profissionais especializados como médico para emergências e enfermeiros, *personal trainer* para acompanhamento de atividades que exijam esforços físicos, nutricionista para preparação de alimentos adequados, entre outros profissionais além dos já existentes nos empreendimentos turísticos que

também necessitam de treinamento para bem atender o idoso, como recreacionistas, camareiras, etc. (MOLETTA e GOIDANICH, 2003).

Essas adaptações são necessárias em razão das limitações que são frequentes neste grupo, como dificuldade para se locomover, devido à perda de flexibilidade e agilidade, perda da força muscular o que não permite realizar certos movimentos que exigem muito esforço. Há ocorrência também de doenças como osteoporose e artrite o que os torna mais frágeis e diminui sua mobilidade, o sistema respiratório fica mais enfraquecido deixando a voz mais fraca e causando dificuldade para respirar mediante esforços, problemas no coração devido a hipertensão e outros males, a pele torna-se mais flácida e fina, perdas auditivas e visuais, o que geralmente leva os idosos a se isolarem das pessoas causando problemas de integração (ARAÚJO, 2004).

Somado a isso há os problemas psicossociais que também causam certas limitações a estes turistas como dificuldade de aceitar o envelhecimento, o que leva o indivíduo a agir de maneira inadequada, acentuação de características da juventude, como o egocentrismo, irritabilidade, avareza, dificuldade de assimilar novas ideias e situações prendendo-se a uma rotina e valores ultrapassados, apego as coisas pessoais, tendo um grande dificuldade em lidar com perdas e medo e ansiedade em relação a velhice, invalidez e a própria morte. (ARAÚJO, 2004)

Desta forma, ao entender melhor as características que envolvem esse grupo e quais as adaptações necessárias para melhor atendê-los, os meios de hospedagem e também outros serviços voltados ao turismo poderão se especializar neste público e poder combater a sazonalidade proporcionando maiores opções de lazer à terceira idade.

[...] a maneira pela qual a sociedade concebe o idoso também afeta todos os setores da atividade refletindo na forma como são oferecidos os bens de consumo para esse segmento. Assim é flagrante a necessidade de se desenvolver pesquisas sobre o tema, seja para esclarecer e instrumentalizar o mercado, seja para melhor conhecer este público e atendê-lo de forma mais condizente (MOLETTA e GOIDANICH, 2003, p.13).

Segundo Moletta e Goidanich (2003) os meios de hospedagem que se especializam neste público desfrutam de muitos benefícios, como ocupação das UH's em períodos de baixa temporada, oportunidade de expandir o

empreendimento devido ao aumento da demanda, qualificação da mão de obra já que este público exige treinamento qualificado para ser atendido, diminuição de gastos com promoção uma vez que esta será especializada e dirigida aos idosos. Sem contar que este público é fiel, e geralmente volta ao empreendimento onde foi bem atendido além de espalhar uma imagem positiva entre amigos e parentes.

Ananth *et al* (1992) cita que os administradores de meios de hospedagem devem voltar seus procedimentos para o turista de terceira idade observando os seguintes aspectos: parte dos idosos não gosta de ser tratados como pessoas que necessitam de cuidados especiais; todas as modificações e atividades, realizadas no empreendimento, não devem ser destacadas que foram realizadas somente em função da presença deste cliente; deve haver uma mescla na participação de jovens e idosos nas atividades desenvolvidas, pois o consumidor maduro gosta de mostrar vigor e passar uma imagem jovem; e por fim os empreendimentos que recebem este público não devem se transformar em clínicas, devem manter um ambiente prazeroso e saudável mas que estejam preparados para atender qualquer eventualidade.

Por se basearem em estereótipos impostos pela sociedade, a não compreensão das diferenças apresentadas por este grupo e percepções erradas, muitas empresas erram ao tentar delinear em estratégias para atrair o mercado da terceira idade (MOSCHIS, 1992).

Além de ferramentas usuais do marketing usadas para divulgação de empreendimentos, como a utilização de folders, campanhas promocionais, criação de sites, o marketing boca a boca torna-se um veículo de promoção válido para este segmento. Kotler (2000) explica que este tipo marketing é uma estratégia que incentiva as pessoas a transmitir uma imagem sobre produtos e serviços consumidos, quando realizada por pessoas formadas de opinião acabando por conseguir influenciar o consumo daquele produto por outra pessoa. Ou seja, uma vez um tratamento qualificado e estrutura adaptada oportunizam boas experiências que serão repassadas e familiares e amigos.

Informações sobre a disponibilidade de serviços especializados para este grupo etário geralmente não estão inseridos na publicidade dos empreendimentos, portanto a 'experiência pessoal' de outras pessoas acaba

por ser uma forte influência quando turistas de terceira idade buscam por um meio de hospedagem (ANANTH *et al*, 1992).

Para a comercialização de um produto turístico para este público há a necessidade de evidenciar a qualidade que este possui, oferecer preços compatíveis e descontos, e principalmente destacar que o destino e os serviços são estruturados para bem recebê-lo (MOLETTA e GOIDANICH, 2003).

Ananth *et al* (1992) em seu estudo aponta algumas estratégias de publicidade para este público: os idosos tendem a gastar mais tempo em busca de informações antes de tomar uma decisão; frases pejorativas como velho, terceira idade e idoso devem ser evitadas, estes clientes são leais e prezam qualidade acima de custos e a publicidade deve ser baseada em fatos reais, destacando pessoas independentes, interagindo com pessoas de diferentes idades.

No quesito divulgação, Molleta (2003) indica os seguintes métodos para promoção do produto turístico voltado a este segmento: divulgação e promoção junto aos centros de convivência ou clubes da terceira idade, criação de material de divulgação, participação em eventos, contato com agências de viagens, ações em parceria com a imprensa, parceria com entidades de turismo. Além de citar a importância de um logotipo que identifique a marca do produto.

Nesse contexto, investir no público da terceira idade mostra-se como uma possibilidade viável, trazendo benefícios tanto para empresários da área turística, mais precisamente os hoteleiros, pois através deste investimento poderão minimizar impactos da sazonalidade, como também aumentar o número de hóspedes. Para se especializar nesse público, como já apresentado, há necessidade de adaptar os serviços oferecidos no estabelecimento hoteleiro, como também a infraestrutura e orientar os funcionários. Isso trará benefícios para este tipo de hóspedes, pois poderão contar com um empreendimento que está preparado para atender suas necessidades e limitações. O próximo capítulo apresentará os resultados que foram obtidos na pesquisa de campo, bem como a análise destes.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados da pesquisa deste estudo. Serão analisados os dados obtidos na observação *in loco*, e também haverá a apresentação dos resultados da entrevista realizada com o gerente do estabelecimento.

4.1 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA OBSERVAÇÃO *IN LOCO*

Após observação *in loco*, pode-se averiguar os itens propostos pela autora, que tiveram por base o trabalho de Ananth *et al* (1992). É importante destacar que a autora teve acesso a todos os pontos ressaltados na pesquisa, como UH's, banheiros, restaurante, área de lazer e realizou a observação no período de dois dias no local.

Os dados seguir para melhor entendimento, sendo: o quadro 1 referente às adaptações existentes nas UH's para receber a terceira idade; o quadro 2 avalia as condições dos banheiros coletivos e dos apartamentos quanto a existência de adaptações; o quadro 03 analisa as facilidades em alimentos e bebidas; o quadro 04 avalia a presença de adaptações na infraestrutura para receber este tipo de hóspede; e finalmente o quadro 05 refere-se a avaliação dos serviços e conveniências quanto a presença de adaptações para atender os idosos.

Quadro 1 - Avaliação das Unidades Habitacionais, quanto à existência de adaptações para receber esse grupo etário.

UNIDADES HABITACIONAIS		
QUARTO	APARTAMENTO LUXO	QUARTO STANDARD
		<ul style="list-style-type: none"> •Arejado •Espaçoso
MAÇANETAS, JANELAS	Antigas, porém fáceis de manipular.	Antigas, porém fáceis de manipular.
COBERTORES EXTRAS	Sim	Sim
INFORMAÇÕES COM LETRA LEGÍVEL	Sim	Sim
LOCALIZAÇÃO DO QUARTO	Térreo e com rampas de acesso aos corredores	Térreo e com rampas de acesso aos corredores
SISTEMA DE AR CONDICIONADO	Sim	Não
COLÇÃO MAIS FIRME	Sim (cama Box)	Sim
BANHEIRO	Sim	Não

Fonte: elaborado pela autora.

As considerações da pesquisadora sobre as condições das unidades habitacionais analisados através dos itens propostos, tanto os apartamentos como os quartos é de que estes estão em boas condições para atender às necessidades da terceira idade. Os ambientes são espaçosos e arejados como relatado no primeiro item, o que permite que o idoso sintam-se mais confortável.

O segundo item presente no quadro, maçanetas e janelas, mesmo sendo antigas, são fáceis de manipular. Esse é um ponto positivo, pois permite o mínimo de esforços para alguns hóspedes que possam estar mais debilitados.

O quarto item do quadro, retrata sobre as informações que se encontram dentro da UH e se estas possuem letra legível, constatou-se que sim e isto é um ponto positivo já que alguns idosos sofrem com problemas oculares que são frequentes nesta idade, como a catarata.

Os itens sobre presença de ar condicionado nas UH's e cobertores extras estão relacionados com a parte teórica deste estudo. Pode-se dizer que

esta é uma adaptação importante para receber a terceira idade, pois como cita Potter (2009), os idosos sofrem mais com as mudanças de temperatura, demorando mais a se adaptar.

O ponto 5 do primeiro quadro está relacionado sobre a necessidade dos quartos estarem localizados em lugares acessíveis, de preferência térreos e com rampas. Pode-se observar a presença deste item no empreendimento. Como já mencionado na parte teórica, é característico de pessoas de terceira idade apresentarem algum grau de dificuldade de locomoção e estão mais susceptíveis à quedas principalmente ocasionadas pelos fatores extrínsecos (pisos escorregadios, presença de tapetes, objetos desordenados que acabam se tornando obstáculos, iluminação inadequada, etc.).

O ponto 7, que relata sobre a necessidade de um colchão mais firme, torna-se importante, pois devido às alterações musculoesqueléticas que ocorrem nesta etapa da vida, surge à necessidade de oferecer nas UH's colchões mais firmes para minimizar as dores. Essa adaptação está presente no hotel como pode ser vista no quadro.

O último item analisado trata-se sobre a existência de banheiro no quarto. É uma variável importante, pois alguns idosos têm limitações na locomoção e sofrem com problemas renais, portanto o banheiro no quarto torna-se mais confortável. Como pode ser observado no último item do quadro sobre as UH's, somente nos apartamentos há banheiros; os quartos *standard* são mais simples e não possuem banheiro, sendo disponibilizado, portanto, apenas banheiros coletivos. Sobre esse fato, o gerente explica que como o hotel é um patrimônio histórico, não é permitido alterações na planta original, desta forma não há como modificar os quartos que se situam no prédio principal que não possuem banheiro nem ar condicionado.

Quadro 2 - Avaliação dos banheiros (apartamentos e coletivo), quanto à existência de adaptações para receber esse grupo etário.

BANHEIROS	
PRESENÇA DE BARRA DE APOIO	Sim
BOA ILUMINAÇÃO	Sim
PISO ANTIDERRAPANTE	Sim
TORNEIRAS E CHUVEIRO	Fácil de manipular
TAMANHO DO BANHEIRO	Regular

Fonte: elaborado pela autora.

Como relatado nos itens 1 e 3 do quadro acima, os banheiros para uso comum dos hóspedes possuem adaptações como presença de barras de apoio e piso antiderrapante. Segundo a percepção da pesquisadora, os banheiros coletivos possuem tamanho regular, tendo um tamanho aproximado de 1,5 m X 1,5 m, e sua iluminação é suficiente. Mesmo sendo antigas, as maçanetas são fáceis de manipular assim como os chuveiros, com citado no item 4 do mesmo quadro. Portanto considera-se que o banheiro está em boas condições de uso para idosos e está adaptado. As adaptações citadas na tabela se fazem importante pelo fato do turista de terceira idade ter sua mobilidade reduzida, perda de tônus muscular e estarem mais propensos a acidentes devido aos fatores extrínsecos, daí a necessidade de torneiras e chuveiros mais fáceis de manipular, presença de barras de apoio, boa iluminação e piso antiderrapante.

Quadro 3 - Avaliação das facilidades em alimentos e bebidas, quanto à existência de adaptações para receber esse grupo etário.

ALIMENTOS e BEBIDAS	
OPÇÃO POR UM CARDÁPIO DIETÉTICO	Sim
COMO É SERVIDA A ALIMENTAÇÃO	Sistema de Buffet (café da manhã, almoço e café colonial).
REFEIÇÕES EXTRAS (ENTRE AS OPÇÕES SERVIDAS)	Não, mas há café, leite, chá e biscoitos artesanais disponíveis para os hóspedes.
TAMANHO DA LETRA NO CARDÁPIO	Legível, porém poderia ser maior para facilitar a leitura.

Fonte: elaborado pela autora.

O primeiro item do quadro analisa a presença de um cardápio dietético, e constatou-se que sim, a comida é feita com pouco sal e há opções de pratos *diet* para aqueles que possuem restrições alimentares. Sempre há a disposição dos hóspedes bebidas (chá, café, leite) e biscoitos artesanais para aqueles que sentirem fome entre as refeições. Como está disposto no 3º item do quadro, isso é um ponto positivo observado, já que alguns idosos são habituados a uma rotina diária e costumam ter suas refeições sempre no mesmo horário.

Problemas como a hipertensão, colesterol alto e diabetes são típicos desta faixa etária como afirma Mazo *et al* (2009). Isso requer mais atenção na

elaboração de um cardápio para pessoas idosas, sendo importante oferecer alimentos com quantidades de sal e gordura reduzida, bem como oferecer opções *diets* e *lights* para todas as refeições. A alimentação oferecida, como visto no segundo item que trata sobre Alimentos e bebidas, tem por base a gastronomia açoriana e alemã, contendo diversos tipos de pratos que são servidos no sistema de *Buffet*.

Em casos mais graves de limitações alimentares, o gerente do empreendimento afirma que se comunicado e solicitado previamente, há a possibilidade de elaborar refeições especiais, de acordo com as restrições do cliente.

O último item observado sobre o tamanho da letra do cardápio é uma variável importante, pois muitos idosos sofrem com problemas de visão, portanto pode-se avaliar que o cardápio possui sua escrita em tamanho razoável, porém seria conveniente que a letra fosse um pouco maior para maior comodidade.

Quadro 4 - Avaliação da infraestrutura do hotel, quanto à existência de adaptações para receber esse grupo etário.

INFRAESTRUTURA	
RAMPAS	Sim
CORRIMÃO	Sim
PISO ANTIDERRAPANTE	Sim
BANHEIRAS PARA BANHO TERMAL	Com barras de apoio e assento caso seja necessário

Fonte: elaborado pela autora.

Sobre as adaptações voltadas à terceira idade, o gerente do estabelecimento afirma que foram realizadas várias reformas para atender exigências legais e sociais, a fim de proporcionar os hóspedes idosos mais conforto e acessibilidade. As adaptações existentes, segundo o gerente estão presentes em todo o empreendimento, sendo estas um elevador (fig.8) para acesso ao restaurante, já que este possui somente escadas; na área de lazer, piscina com corrimão e pequena escada (fig.9); piso antiderrapante nos arredores e rampas de acesso (fig.10 e fig.11). E ainda uma cadeira de rodas para qualquer eventualidade (fig.12).



Figura 8– Elevador
Fonte: a autora

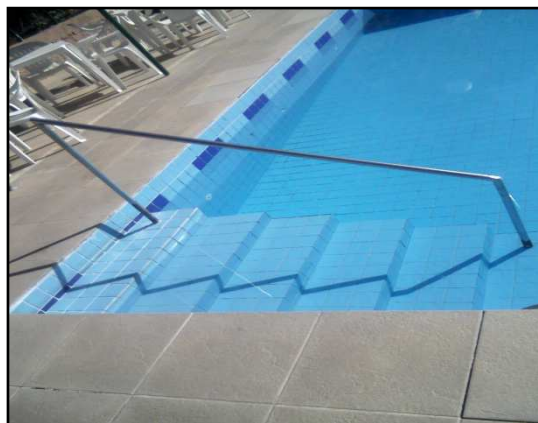


Figura 9 – Piscina com corrimão e escada
Fonte: a autora



Figura 10 – Rampa com piso antiderrapante
Fonte: a autora.

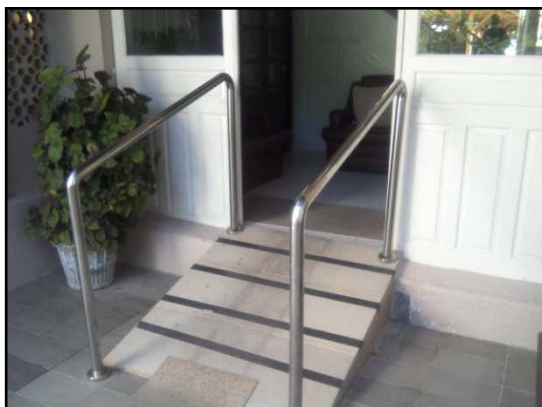


Figura 11 – Rampa com piso antiderrapante
Fonte: a autora



Figura 12 – Cadeira de rodas
Fonte: a autora

O primeiro, segundo e terceiro itens do quadro discorrem sobre a existência de rampas, piso antiderrapante e corrimão no empreendimento. Há rampas com piso antiderrapante por todo o hotel, assim como corrimão e

barras de apoio em todos os acessos às dependências, como verificado no primeiro, segundo e terceiro item do quadro sobre a infraestrutura. A presença destas adaptações é importante para receber idosos, pois como já mencionado estes são mais susceptíveis à acidentes ocasionados pelos fatores extrínsecos como as quedas, também por terem frequentemente sua mobilidade reduzida, e aqueles que utilizam de meios como cadeira de rodas ou andadores, poderão ter acesso ao empreendimento como um todo.

Sobre o último item observado no quadro sobre a infraestrutura, as banheiras para os banhos termais também apresentam adaptações como barras de apoio e um acento para o fundo da banheira caso seja necessário. Os banhos termais são a atividade mais procurada pelos turistas da terceira idade segundo o gerente, e requer alguns cuidados quando são praticados por eles. Segundo o gerente, deve-se primeiramente avisar na recepção que irá tomar banho, para que os recepcionistas ou outro colaborador possa auxiliar a encher a banheira. Em casos de clientes com idade mais avançada, há um cuidado ainda maior, sendo necessária permissão médica para os banhos termais e a presença de um familiar para ajudar a entrar e sair da banheira.

Quadro 5 - Avaliação das facilidades em serviços e conveniências, quanto à existência de adaptações para receber esse grupo etário.

SERVIÇOS E CONVENIÊNCIAS	
SEGURANÇA	Sim, há vigilantes à noite.
FACILIDADES MÉDICAS	Não, mas caso ocorra alguma eventualidade o Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU) é prontamente chamado.
CORREDORES LARGOS E ILUMINADOS	Sim
PLACAS INFORMATIVAS COM LETRA LEGÍVEL	Sim, porém há pouca sinalização.
UH PARA NÃO FUMANTES	Não

Fonte: elaborada pela autora.

Moletta e Goidanich (2003) apontam os turistas de terceira idade são mais exigentes por serem pessoas mais experientes. Portanto observa-se que é necessário que o empreendimento ofereça alguns serviços específicos para que este turista se sinta mais seguro e confortável, como por exemplo, o hotel

dispõe de vigias que cuidam do empreendimento no período noturno, atendendo a este item.

O item sobre as facilidades médicas do quadro sobre serviços e conveniências é respondido segundo informações do gerente, que relata a não existência de médicos nem profissionais da saúde do empreendimento. Caso haja alguma eventualidade com determinado hóspede, o Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU), que possui parceria com o estabelecimento, é prontamente chamado.

O terceiro item do quadro, corredores largos e iluminados, mostra-se importante, pois facilita aos hóspedes da terceira idade que utilizam cadeiras de rodas e andadores. Por ser um estabelecimento antigo, os corredores são largos e bem iluminados para que não haja acidentes, portanto responde positivamente ao item avaliado.

Sobre a existência de placas informativas com letra legível, variável exposta no penúltimo item do quadro, é possível afirmar que há algumas placas espalhadas pelo hotel, indicando a localização da piscina, banheira, informações e recomendações em relação à piscina, localização da gruta, etc. Porém, há pouca sinalização, portanto sugere-se a implantação de mais placas no empreendimento explicando sobre os pontos turísticos de interesse dentro do hotel, por exemplo explicar sobre a história da gruta que se localiza atrás do empreendimento, indicando as opções de trilha para caminhada, uma placa explicando sucintamente e com letra legível as propriedades da água termal próximo à fonte disponível tanto para passantes como para hóspedes.

E por fim, constatou-se que não há UH's específicas para não fumantes, que corresponde ao último item apresentado no quadro, portanto segundo o gerente, conta-se com o bom senso dos hóspedes para que não fumem dentro das UH's para evitar mal odores.

Quanto à presença de atividades voltadas à terceira idade, a partir da observação, verificou-se que os hóspedes de terceira idade utilizam as áreas de lazer, para descanso e divertimento. No empreendimento há salas para leitura, assistir televisão, descansar, um mirante, espaços para caminhar e observação da natureza, atividades de ecoturismo (disponibilizadas por empresas terceirizadas, portanto não foi levantado se estas podem ser praticadas pelos idosos). Contudo, práticas como jogos, gincanas, atividades

de recreação especializadas não são realizadas no empreendimento, o que é afirmado pelo gerente, quando diz que deve haver uma solicitação prévia por parte do organizador da excursão para contratação de um recreacionista.

Sobre a questão de como se dá o tratamento dos colaboradores com este tipo de hóspede, notou-se que eles são gentis e receptivos, auxiliam com informações sobre o hotel, conversam com os hóspedes e são atenciosos caso haja algum problema. Este tipo de tratamento, afirmando com a teoria de Frommer e Vieira (2003) é o que estes turistas esperam receber, acabando por atender suas expectativas e satisfazê-los.

4.2 INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES OBTIDAS COM O GERENTE DO HOTEL

Após entrevista semi-estruturada com perguntas abertas, realizada no Hotel Caldas da Imperatriz com o gerente no dia 14 de julho de 2012, pôde-se explicar várias questões pertinentes aos objetivos específicos do trabalho e esclarecendo dúvidas voltadas à temática da terceira idade. Conceitos estes que serão apresentados e discutidos nos próximos parágrafos.

Primeiramente foi questionado ao gerente se o empreendimento sempre foi especializado no público da terceira idade. O entrevistado afirmou que o principal público do hotel sempre foi este nicho, e que hóspede maduro (expressão utilizada pelo gerente) muitas vezes se hospeda no empreendimento acompanhado por familiares, parentes, amigos ou mesmo excursões. Complementando a pergunta, o gerente aponta que a origem da maioria dos hóspedes é do sul, dos estados do Paraná e Rio Grande do Sul, e de alguns países próximos como a Argentina. A partir desta resposta é possível fazer um paralelo com a teoria, pois de acordo com os estudos de Molleta e Goidanich (2003) e Beni (2003), este tipo de turista não gosta de viajar sozinho, procurando sempre familiares e excursões.

Sobre a procura de idosos pelo hotel e qual o período de maior demanda, o gerente respondeu que há demanda o ano todo, observando um aumento na época de férias escolares. Os turistas maduros são os principais hóspedes, visto que o empreendimento oportuniza o descanso, o lazer e o

desfrute das águas termais, porém o empreendimento não atrai somente a turistas de terceira idade, mas também famílias e casais.

As dificuldades observadas pelo gerente em se especializar/receber o público da terceira idade são poucas, mas relevantes. Há mais responsabilidade por parte de todos os colaboradores em estar atentos para qualquer acidente que possa acontecer, e também que estes turistas são mais exigentes com algumas particularidades como horários, tipos de comida, arrumação dos quartos, atendimento, segurança etc.

O gerente do hotel explicou que o número de vantagens em se especializar neste público é maior que as dificuldades apresentadas. Esse público é mais fiel, cita ele. Há clientes de anos que frequentam o empreendimento habitualmente, trazendo sua família e assim criando um laço emocional com o hotel. Outro benefício, ressalta, seria o fato de este público ser mais paciente e fácil de interagir, e como estão presentes o ano todo, evitam a sazonalidade.

Sobre a questão de experiência ou qualificação de funcionários para atender os turistas de terceira idade e se estes são instruídos para atendê-los, o gerente respondeu que os colaboradores do hotel são contratados a partir de concurso público, e, portanto, a experiência não é um fator requerido para trabalhar no empreendimento, apenas a qualificação exigida pelo cargo. Os contratados são instruídos de como agir em situações de emergência (primeiros socorros), e são incentivados pelo empreendimento a se especializar através de cursos oferecidos pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC).

Para finalizar a entrevista, foi questionado sobre as estratégias de marketing para atrair este público. O gerente afirmou que a indicação de amigos e parentes, o conhecido como marketing boca a boca é o principal meio de divulgação do empreendimento e o mais eficaz. Fazendo uma relação com a teoria do trabalho, Kotler (2000) afirma que proporcionar uma boa experiência a estes hóspedes é garantir a propagação de uma imagem positiva o que atrairá novos clientes. Também são utilizados outros meios como *folders*, *site* do empreendimento e participação em *sites* de guias de viagens.

Em suma, após análise da entrevista e observação *in loco*, pôde-se perceber que o Hotel Caldas da Imperatriz, apesar de ser uma estrutura antiga,

está adaptado para receber hóspedes da terceira idade. Embora o prédio principal não possa sofrer mudanças em sua estrutura por ser um patrimônio histórico cultural, medidas foram tomadas para atender esse público e recebê-lo confortavelmente.

Apesar de ser um nicho diferenciado, com suas características distintas e limitações, constatou-se que se especializar na terceira idade traz mais vantagens do que dificuldades para o empreendimento, sendo necessário otimizar os serviços e atendimento para melhor recebê-los. Portanto pode-se dizer que as expectativas que foram propostas neste trabalho foram superadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É um fato consolidado que o Brasil não é mais considerado um país de jovens. As pessoas estão vivendo cada dia mais, sendo isso resultado dos avanços da medicina, da melhoria da qualidade de vida, e da conscientização de que para se viver bem é necessário mudar hábitos e aproveitar a vida. Mesmo alguns destes fatores não correspondendo a realidade de alguns brasileiros, o fato de haver à disposição um sistema de saúde público (mesmo que insuficiente), permite que idosos consigam tratamentos de saúde, possibilitando anos a mais de vida mesmo vivendo em condições menos favoráveis.

Como exposto no decorrer deste trabalho, envelhecer é um processo por qual todos passarão. Cada pessoa chega nesta etapa de forma diferente, sendo influenciadas por problemas de ordem biológica, psicológica e social que são típicos da terceira idade. O modo de como se leva a vida influenciará diretamente de como se viverá a velhice, e os fatores citados podem ou não impedir que a pessoa tenha uma velhice normal.

Neste contexto, conceituando que os idosos dispõem de tempo livre, já estão com a vida financeira estável e os filhos estão criados, o turismo surge como uma preciosa alternativa para passar o tempo disponível, ajudando a minimizar os impactos da terceira idade, proporcionando novas experiências que virão a influenciar diretamente nas condições psicológicas, de saúde física, além de proporcionar o contato com outras pessoas.

Empresários do ramo turístico, percebendo as possibilidades que este segmento de mercado pode oferecer, começam a criar produtos e otimizar serviços para atrair este mercado, como descontos em companhias aéreas, criação de pacotes específicos para eles, etc. Há empreendimentos que estão se adaptando e se especializando neste nicho, como meios de hospedagem que buscam neste mercado uma forma de diminuir a sazonalidade e conquistar novos clientes. Porém para que isso aconteça, os meios de hospedagem devem se adaptar de acordo com as características deste grupo, respeitando suas limitações, buscando oferecer conforto e segurança.

Para cumprir o primeiro objetivo realizou-se uma análise das facilidades e adaptações necessárias no hotel para atender o idoso. Lembrando que

diversas informações obtidas na entrevista complementaram a observação pesquisa da autora. Após avaliação do Hotel Caldas da Imperatriz, verificou-se que este estabelecimento atende a maioria dos quesitos levantados, sendo estes sobre a presença de adaptações e facilidades nas UH's, banheiros, A&B, infraestrutura e serviços e conveniências. Relata-se, portanto que ele conseguiu adequar-se para receber com conforto e segurança os hóspedes idosos, respondendo com sucesso ao primeiro objetivo específico proposto.

Quando analisada as acomodações, conclui-se que estas estão em boas condições para atender a estes turistas e acatam a quase todos os quesitos propostos, sendo somente a falta de ar condicionado e falta de banheiros nos quartos *standard* um contratempo observado pela pesquisadora, visto que a mobilidade dos idosos é reduzida e sofrem mais com as alterações de temperatura. Contudo este turista pode optar pelos apartamentos luxo que são equipados e adaptados para recebê-lo.

Os banheiros, tanto os coletivos como dos apartamentos, em sua maioria possuem barra de apoio, maçanetas e chuveiro de fácil manipulação. Mesmo estes sendo simples e antigos, de tamanho regular, estão em boas condições para uso e satisfazem as necessidades propostas.

Sobre a infraestrutura do empreendimento, avalia-se que esta atende a todos os quesitos sugeridos pela autora. Há a presença de barras de apoio, elevador, poucas escadas, várias rampas, piso antiderrapante, que é um dos pontos mais importante deste trabalho, pois como visto no decorrer do estudo os idosos sofrem com várias limitações, tornando imprescindível a presenças destas adaptações.

A alimentação servida também foi adaptada, pois como este tipo de hóspede sofre com enfermidades como hipertensão, diabetes e colesterol alto, tomou-se o cuidado em elaborar refeições com diminuição de sal, gordura e açúcar, além de haver opções *diet*.

Por estar situado em uma área mais afastada da cidade, é considerado mais seguro, contudo o hotel possui vigilantes que cuidam da segurança no período noturno e como durante o dia há uma grande circulação de pessoas, não se vê a necessidade de vigilantes.

As dificuldades apresentadas pelo gerente e observadas pela pesquisadora são menores do que as vantagens apresentadas em se

especializar neste público. As dificuldades como já apresentadas, são poucas, porém relevantes. A principal é a responsabilidade envolvida em acolher os hóspedes de terceira idade, pois estes exigem maior cuidado e precaução, sendo necessário estar preparado em caso de qualquer contratempo. Contudo isso é retribuído com as vantagens, sendo a mais marcante, a fidelidade e amizade oferecida por estes clientes maduros, pois segundo o gerente “aqui nós hospedamos amigos e não clientes”.

Constatou-se que não são necessárias muitas estratégias de promoção para atrair a terceira idade, pois segundo o gerente o fato de receber bem estes hóspedes faz com que eles passem suas experiências para outras pessoas, que acabam procurando o empreendimento pela indicação, além do fato que uma grande parte dos idosos que já se hospedaram no empreendimento, acabam voltando.

Assim pode-se dizer que não há necessidade de grandes estratégias de promoção, sendo o bom atendimento e a qualidade nos serviços prestados, suficientes para o hotel estar sempre com bons índices de ocupação.

Sugere-se que para o empreendimento otimize ainda mais os serviços oferecidos, é que deveria ser contratado um profissional de saúde, para alguma eventualidade, pois mesmo sendo chamado o SAMU, o tempo de espera até este chegar pode agravar a situação do idoso. Caso não seja possível tal contratação, sugere-se pelo menos que os funcionários façam curso de primeiros socorros para estarem aptos a atender emergências.

Seria interessante também, que no período de alta temporada do hotel, fosse contratado um profissional de recreação para realizar atividades com todos os hóspedes, mas que possam ser realizadas pela terceira idade sem muitos esforços, assim proporcionaria ao idoso a oportunidade de interagir com pessoas de outras idades de forma descontraída e divertida.

Enfim, acrescenta-se que o Hotel Caldas da Imperatriz pode ser considerado um modelo para outros empreendimentos que queiram se especializar no público da terceira idade.

A realização deste trabalho foi gratificante, e buscou-se mostrar para empresários do turismo, principalmente os hoteleiros, que a terceira idade é um segmento de mercado que oferece muitas vantagens, sendo uma proposta interessante, especializar-se neste grupo.

Para as pessoas pertencentes à terceira idade, procurou-se mostrar que o turismo é uma ótima forma de passar o tempo ocioso, oportunizando novas experiências, contato com outras pessoas, renovação do espírito e mostrar que existem empreendimentos que estão adequados para recebê-los, respeitando suas limitações e adaptando-se para isso.

Enfim, o trabalho oportunizou o aprofundamento com o tema, mostrando que a terceira idade é muito mais que apenas ficar velho, é uma etapa em que se está livre de obrigações que nos acompanham por toda vida, momento de desfrutar de cada momento sem medo de ser feliz.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO, Claudia R. **Perfil do comportamento dos consumidores maduros em viagens de lazer**. São Paulo: FGV/SP, 1998, Tese de Doutorado em Gerontologia.

AGNELLO, Denis. **Hábitos de Consumo da Terceira idade em Hóteis quando em Viagens de lazer**. In I Jornada Científica do Centro-Oeste de Economia e Administração, 2001. UFMS – Campo Grande/MS. Disponível em < <http://www.ufms.br/dea/oficial/JORNADA%20PDF/2001/artigos/14.pdf> > . Acessado em 03 de março de 2012.

ANANTH, Mangala, et al. Marketplace lodging needs of mature travelers. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, Aug. 1992.

ARAÚJO, Vivian. **Na corda bamba da vida**: causas das quedas de idosos, usuários da atenção básica, residentes em uma região do município de Porto Alegre/RS. Dissertação de Mestrado do Mestrado em Enfermagem. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul; 2008.

ARAÚJO, Cleide de. **Lazer e terceira idade**: contributos do turismo no Âmbito do programa clube da melhor idade. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria). Universidade do Vale do Itajaí, Santa Catarina, 2004.

BALANZÁ, Isabel M.; NADAL, Monica C. **Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos**. Tradução Miguel Cabrera. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. Título Original Comercialización de productos e servicios turísticos.

BARBOSA, Maria J. S. **Passo e compasso**: nos ritmos do envelhecer. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2000.

BENI, Mario C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Lei n. 8.842, de 4 de janeiro de 1994. Dispõe sobre a política nacional do idoso, cria o Conselho Nacional do Idoso e dá outras providências**. Diário Oficial da União. Brasília – DF.

_____, Ministério do Turismo. **Lei Geral do Turismo n. 11.771, de 17 de setembro de 2008.** Diário Oficial da União. Brasília – DF.

_____, Ministério do Turismo. **Programa Viaja Mais Melhor Idade.** Disponível em < www.turismo.gov.br>. Acessado em 15 de maio de 2012.

BRITO, Bruno D. Os Efeitos da Sazonalidade na Exploração do Fenômeno Turístico. In **Revista Turismo**, janeiro/2005.

CAMARANO, Ana A. **Envelhecimento da população Brasileira: uma contribuição cenográfica.** Rio de Janeiro: IPEA, 2002.

CARVALHO, Alessandra S. Programa Viaja Mais Melhor Idade: Inclusão Social do Idoso pelo Turismo?. In **VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**, 2009. Universidade Anhembi Morumbi – SP. Disponível em <<http://eventos.univerciencia.org/index.php/seminANPTUR/2009/paper/viewFile/209/162>>. Acessado em 15 de maio de 2012.

CAMPOS, Teresinha de J. **Lazer e terceira idade: contributos do turismo no âmbito do programa clube da melhor idade.** Dissertação de Mestrado em Gerontologia. Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2003.

CÂNDIDO, Índio; VIEIRA, Elenara V. **Gestão de hotéis: técnicas, operações e serviços.** Caxias do Sul: Educs, 2003.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira.** 8^o ed. Caxias do Sul: Educs, 2001.

COBRA, Marcos. **Marketing de turismo.** São Paulo: Cobra, 2001.

DAVIES, Carlos Alberto. **Manual de hospedagem: simplificando ações na hotelaria.** 3^o ed. Caxias do Sul: Educs, 2007.

EDUCATUR, Treinamento e Consultoria. **Recebendo bem, o turista vem!.** Guarulhos, SP: 2010.

FREIRE, Sueli A. Envelhecimento bem sucedido e bem estar psicológico. In NERI, Anita L.; FREIRE, Sueli A.. **E por falar em boa velhice**. Campinas, SP: Papyrus, 2000.

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

GARRIDO, Regiane; MENEZES, Paulo R. O Brasil está envelhecendo: boas e más notícias por uma perspectiva epidemiológica. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, São Paulo, v. 24, n. 1, abr. 2002.

GRINBERG, Max; ACCORSI, Tarso A. D. Estenose aórtica no idoso: perspectiva brasileira. In **Arquivos Brasileiros de Cardiologia**. v.92 n.2. São Paulo, 2009.

GUIMARÃES, J. R. S. Envelhecimento populacional e oportunidade de negócios: o potencial de mercado da população idosa. In: **Encontro Nacional de Estudos Populacionais**. Campinas, SP: Abep, 2006.

GUZMAN, S.; SENA, M. Perspectiva do turismo de lazer para a terceira idade no lugar Ponta da Tulha, Ilhéus, Bahia. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 8, n. 1, 2008.

HOTEL CALDAS. Disponível em <www.hotelcaldas.com.br>. Acessado em 13 de março de 2012.

IBGE. **Perfil dos idosos responsáveis pelos domicílios no Brasil- 2000**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acessado em 03 de março de 2012.a

IBGE. **Censo Demográfico 2010: Sinopse do Censo e Resultados Preliminares do Universo**. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br>>. Acessado em 14 de outubro de 2012.b

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LOMBA, Telma. Terceira Idade é a Melhor Idade. **Revista Fator**, publicado em 15 de julho de 2009. Disponível em < <http://www.revistafator.com.br>>. Acessado em 15 de março de 2012.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas; amostragens e técnicas de pesquisa; elaboração, análise e interpretação de dados.** São Paulo: Atlas, 2007.

MAZO, Giovana Z.; LOPES, Marize A.; BENEDETTI, Tânia B. **Atividade física e o idoso: concepção gerontológica.** 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MEDEIROS, Gilson. **Uma análise das características básicas da velhice para proposta de integração do idoso adventista nas atividades da igreja.** 2003. Disponível < <http://www.elpisteologia.net/artigos/terceiridade.pdf>>. Acessado em 05 de agosto de 2010.

MENDES, Márcia; GUSMÃO Josiane, FARO Ana C., LEITE Rita C.B. **A situação social do idoso no Brasil: uma breve consideração.** Trabalho apresentado à disciplina de “A Reabilitação na saúde do adulto e do idoso” do Programa de Pós-Graduação em Enfermagem na Saúde do Adulto (PROESA), Escola de Enfermagem da Universidade de São Paulo/SP, 2004. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ape/v18n4/a11v18n4.pdf>>. Acessado em 15 de maio de 2012.

MENEZES, Vanessa de O. **Apostila didática de Hotelaria e Meios de Hospedagem.** Mimeo, 2011.

MOLETTA, Vânia. F.; GOIDANICH, Karin. L. **Turismo para a terceira idade.** 4º ed. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2003.

MOSCHIS, George P. Marketing to older adults: an overview and assessment of present knowledge and practice, **Journal of Consumer Marketing**, v. 8 1992.

_____, George P. Emerald Article: Marketing to older adults: an updated overview of present knowledge and practice. **Journal of Consumer Marketing**, v.20, n.6. 2003.

NERI, Anita L.; FREIRE, Sueli A.. **E por falar em boa velhice.** Campinas, SP: Papyrus, 2000.

NETTO, Matheus P.; YUASO, Denise R.; KITADAI, Fábio T. Longevidade: desafio do terceiro milênio. In **Bioética E Longevidade Humana**, organizadores Leocir Pessini, Christian de Paul de Barchifontaine.: Centro Universitário de São Camilo/ SP:Loyola, 2006.

NETTO, Antonio J. **Gerontologia Básica**. São Paulo: Lemos, 1997.

OKUMA, Silene S. **O idoso e a atividade física**. Campinas, São Paulo: Papirus, 1998.

PETROCCHI, Mario. **Hotelaria: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2002.

POSSAMAI, Ana M. de P. Turismo cultural e terceira idade. **Revista Patrimônio: Lazer & Turismo**, v. 6, n. 8, out./nov./dez, 2009.

POTTER, Patrícia A. **Fundamentos de enfermagem**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

RODRIGUES, Nara C.; RAUTH, Jussara; TERRA, Newton L. **Gerontologia Social: para leigos**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

SANTOS, Vanice; CANDELORO, Rosana J. **Trabalhos acadêmicos: uma orientação para a pesquisa e normas técnicas**. Porto Alegre: AGE, 2006.

SCHNEIDER, Rodolfo H.; IRIGARAY, Tatiana Q. O envelhecimento na atualidade: aspectos cronológicos, biológicos, psicológicos e sociais. **Estudos psicológicos**. Campinas, v.25, n.4, dez/ 2008.

SKINNER, Burrhus F.; VAUGHAN, M. E. **Viva bem a velhice: aprendendo a programar a sua vida**. São Paulo: Summus, 1985.

SENA, Maria de F. A; GONZALES, Jahumara; ÁVILA, Marco A. Turismo da terceira idade: análises e perspectivas. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 7, n.1, 2007.

SILVA, Tatiana A.; KUSHANO, Elizabete S.; ÁVILA M. A. Segmentação de mercado: uma abordagem sobre o turismo em diferentes faixas etárias. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 8, n. 2, 2008.

SILVA, Kátia S. da. **Turismo rural voltado à melhor idade**: o caso da Fazenda Hotel Mestre D'Armas no entorno do Distrito Federal. Monografia (Especialização em Docência e Pesquisa em Turismo e Hospitalidade). Universidade de Brasília, Brasília, 2003.

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

VITTA, Alberto de. Atividade física e bem estar na velhice. In NERI, Anita L.; FREIRE, Sueli A.(org.). **E por falar em boa velhice**. Campinas, SP: Papirus, 2000.

APÉNDICES

APÊNDICE 1 Protocolo de observação *in loco* não participativa

1. Avaliar a estrutura do hotel, quanto à existência de adaptações para receber esse grupo etário;

UNIDADES HABITACIONAIS		
QUARTO	APARTAMENTO LUXO	QUARTO <i>STANDARD</i>
MAÇANETAS, JANELAS COBERTORES EXTRAS		
INFORMAÇÕES COM LETRA LEGÍVEL		
LOCALIZAÇÃO DO QUARTO		
SISTEMA DE AR CONDICIONADO		
COLCHÃO MAIS FIRME		
BANHEIRO		

BANHEIROS	
PRESENÇA DE BARRA DE APOIO	
BOA ILUMINAÇÃO	
PISO ANTIDERRAPANTE	
TORNEIRAS E CHUVEIRO	
TAMANHO DO BANHEIRO	

A&B	
OPÇÃO POR UM CARDÁPIO DIETÉTICO	
COMO É SERVIDA A ALIMENTAÇÃO	
REFEIÇÕES EXTRAS (ENTRE AS OPÇÕES SERVIDAS)	
TAMANHO DA LETRA NO CARDÁPIO	

INFRAESTRUTURA	
RAMPAS	
CORRIMÃO	
PISO ANTIDERRAPANTE	
BANHEIRAS PARA BANHO TERMAL	

SERVIÇOS E CONVENIÊNCIAS	
SEGURANÇA	
FACILIDADES MÉDICAS	
CORREDORES LARGOS E ILUMINADOS	
PLACAS INFORMATIVAS COM LETRA LEGÍVEL	
UH PARA NÃO FUMANTES	

2. Averiguar se há atividades voltadas à terceira idade;
3. Como são realizadas estas atividades;
4. Observar como é o tratamento dos funcionários para com esses clientes.

APÊNDICE 2 - Roteiro da Entrevista direcionado ao gerente do Hotel Caldas da Imperatriz.

1. O hotel sempre foi especializado no nicho da terceira idade?
2. A procura deste nicho pelo hotel é grande? Em que épocas se observa a maior demanda?
3. Há adaptações voltadas à este grupo etário? Se sim, quais?
4. A terceira idade é o público dominante dentre os clientes que recebem?
5. Quais são as dificuldades observadas em receber/especializar-se na terceira idade?
6. E quais as vantagens?
7. Quais são as características observadas neste grupo?
8. Como os funcionários são instruídos para receber esses hospedes?
9. Que tipo de atividades são voltadas à estes clientes?
10. Como são as estratégias de marketing para atrair este grupo?