

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO

*Novo Mercado para a Hotelaria de Brasília: a Melhor Idade*

Angela Sant'Ana Arruda

Brasília, 2004.

Universidade de Brasília - UnB  
Centro de Excelência em Turismo – CET  
Curso de Pós-Graduação em Gestão e Marketing do Turismo

*Novo Mercado para a Hotelaria de Brasília: a Melhor Idade*

Angela Sant'Ana Arruda

**Orientador:**  
Moacyr Florentino

Monografia apresentada ao CET como parte dos requisitos para a conclusão do curso de Pós-Graduação em Gestão e marketing do Turismo.

Brasília, maio de 2004.

ARRUDA, Ângela Sant'Ana. Monografia apresentada como requisito do curso de Pós-Graduação em Marketing do Turismo.

---

Menção

---

Professor Orientador

---

Professor Avaliador

---

Professor Avaliador

Agradeço aos meus colegas de turma e ao meu professor o orientador Moacyr Florentino.

## RESUMO

O turismo voltado para nichos de mercado é uma tendência crescente nos últimos anos. Atualmente, um desses nichos tem se destacado e representa um mercado promissor para atrair visitantes, qual seja, a chamada Melhor Idade, constituída por pessoas a partir dos 50 anos, mas especialmente com mais de 60 anos. O presente trabalho objetiva diagnosticar as atuais condições do turismo em Brasília no que se refere ao preparo para receber os turistas da Melhor Idade. O pressuposto assumido foi o de que embora esse público venha merecendo cada vez mais atenção por parte dos serviços turísticos, a Capital Federal ainda não se encontra devidamente adaptada para receber esses visitantes, tendo em vista que eles demandam tratamento e cuidados especiais. Sendo assim, esta pesquisa buscou traçar o perfil do turista da Melhor Idade e o do segmento hoteleiro de Brasília. Pretende-se, com isso, verificar quais são os déficits mais comuns encontrados e, ainda, contribuir no sentido de sugerir alterações para que a cidade possa ser incluída, de fato, no roteiro turístico da Melhor Idade.

Palavras-chave: Turismo, Melhor Idade, Brasília.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	7
CAPÍTULO I .....	9
Tendências recentes do Turismo associado à Melhor Idade .....	9
1.1 Turismo e Qualidade de Vida na Melhor Idade .....	10
1.1.2 A qualidade de Vida na Melhor Idade .....	13
1.1.3 Turismo na Melhor Idade .....	14
1.2 Políticas e Programas para a Melhor Idade: iniciativas públicas e privadas .....	16
1.2.1 Estatuto do Idoso .....	16
1.2.2 Programa Clube da Melhor Idade.....	17
1.2.3 Uma Proposta Inovadora: a Criação do Cristal Palace Residence .....	18
CAPÍTULO II .....	22
Metodologia Empregada na Pesquisa .....	22
2.1. Análise dos dados .....	23
2.2. Interpretando os resultados .....	32
CAPÍTULO III .....	34
Estudo de Caso: o Turismo para a Melhor Idade .....	34
em Brasília .....	34
3.1 Brasília como um destino turístico .....	34
3.2 O Segmento Hoteleiro de Brasília .....	36
3.3. Perfil do Turista de Brasília.....	38
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	39
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41
ANEXOS .....	43
ANEXO A: Questionário.....	44
ANEXO B:b Fotografias .....	48

## INTRODUÇÃO

Brasília, por ser a Capital Federal e, portanto, centro das decisões mais importantes do país, recebe constante afluxo de pessoas de todos os estados brasileiros, como também de outras nações.

Brasília é conhecida em todo o mundo pelo seu admirável traçado urbano e pela beleza das linhas arrojadas da sua arquitetura, que aliadas à beleza agreste da paisagem do Planalto Central, fazem da capital federal um dos mais destacados centros turísticos do Brasil. Por essas razões, atrai um considerável público da “Melhor Idade”<sup>1</sup>, que possui grande interesse na diversidade cultural existente na cidade, que é uma de suas principais características.

Para abrigar tais visitantes, a cidade dispõe de um considerável setor hoteleiro. Entretanto, faz-se necessário conhecer o quanto o mencionado setor de hospedagem pode proporcionar em termos de segurança e de conforto a esse seletor público. É essa, portanto, a proposta que se constitui objeto de análise desta monografia, que busca compreender e avaliar até que ponto e em que medida o segmento hoteleiro localizado em Brasília encontra-se equipado e capacitado para atender às exigências, tanto em termos qualitativos, quanto quantitativos, do público-alvo aqui qualificado anteriormente.

Este trabalho tem, assim, por objetivo, verificar se os estabelecimentos hoteleiros de Brasília se encontram capacitados para receber, de maneira

---

<sup>1</sup> O público considerado da “Melhor Idade” engloba as pessoas da chamada terceira idade e da maior idade. Esta última é utilizada para um Programa da Embratur cujo público-alvo são pessoas a partir dos 50 anos. A expressão “terceira idade” foi lançada em um congresso de gerontologia para substituir outros termos como “velhos” ou “pessoa idosa”, que passaram a ser vistos como depreciativos (Embratur, Clube da Maior Idade, 1996). Com o passar dos anos, outros conceitos têm sido criados com o intuito de amenizar uma visão que menospreze a experiência dessas pessoas. Um dos últimos vocábulos criados foi “Melhor Idade” que será adotado no presente trabalho. Esclarece-se, entretanto, que embora esse último seja o

adequada aos turistas da Melhor Idade. Para tanto, foi traçado o perfil do segmento hoteleiro de Brasília frente ao turismo voltado para a Melhor Idade, por meio da coleta de informações junto àquele setor, para analisar sua estrutura física em termos de equipamentos e de serviços especializados necessários para o atendimento da Melhor Idade.

Nesse sentido, algumas questões podem ser levantadas, tais como: o setor de hotelaria brasiliense tem proporcionado capacitação aos seus recursos humanos, habilitando-os para atender a esse público-alvo específico? Como lidam com as questões de segurança, saúde e higiene? Estão preparados para atender às normas de conservação e manutenção de equipamentos? E quanto ao Lazer do Idoso? Dispõem de ambientes apropriados ao atendimento de deficientes físicos? Essas e outras questões serão aqui abordadas.

Para responder a essas questões a metodologia adotada buscou combinar métodos de pesquisa qualitativos – como, por exemplo, visitas e observação dos hotéis e de sua clientela – com técnicas essencialmente quantitativas, principalmente questionários. A descrição detalhada da metodologia aqui utilizada será realizada no capítulo 2 desta monografia.

Parte-se do pressuposto que por se tratar de um público seleta, que, embora representativo de um nicho de mercado com potencial turístico significativo e crescente, os meios de hospedagem de Brasília ainda não se encontram preparados para disponibilizar um tipo de atendimento direcionado às necessidades específicas, requeridas pela Melhor Idade, por ser relativamente recente em Brasília a exploração dessa modalidade turística.

---

principal termo aqui utilizado, eventualmente seus equivalentes aqui citados poderão ser admitidos objetivando unicamente aperfeiçoar o texto desta monografia.



## **CAPÍTULO I**

### **Tendências recentes do Turismo associado à Melhor Idade**

A Melhor Idade é um dos temas brasileiros que mais ganhou importância nos últimos anos. A partir da década de 80 têm surgido diversas iniciativas voltadas para o atendimento das “pessoas idosas”. Os meios de produção de conhecimentos e a mídia veiculam discussões sobre as possibilidades de um envelhecimento saudável e de uma imagem divulgada sobre a velhice.

Segundo dados do IBGE (2000), o aumento do número de idosos, tanto no Brasil quanto no mundo, ocorreu e continua ocorrendo, devido a alguns fatores como a diminuição das taxas de natalidade e de mortalidade, melhores condições de saúde da população, desenvolvimento tecnológico, dentre outros.

Por meio do censo de 2000 o IBGE revelou que a população de idosos aumentou sensivelmente. A maioria dos 170 milhões de habitantes do país optou por constituir famílias menores. O aumento em relação à expectativa de vida, combinado com um número reduzido de filhos, tendem a explicar o envelhecimento da população. Nesse sentido, ainda não é possível afirmar que o Brasil seja um “País de velhos”, mas a perspectiva é a de que o número deles aumente a cada ano.

O crescimento demográfico da população de idosos vem proporcionando o surgimento de novas práticas, idéias e tecnologias, para melhor atender às suas necessidades. Tendências recentes apontam que a velhice não precisa ser, portanto, vivida como uma tortura. É possível enxergá-la e vivenciá-la com alegria, realização de sonhos, maior satisfação nas relações sociais e uma administração mais racional e sensível do tempo, com prioridade para ações que levem à satisfação, ao sucesso e à auto-estima. Para tanto, se torna necessário incentivar o surgimento de propostas inovadoras que valorizem a

pessoa idosa, proporcionando-lhe satisfação, prazer em viver, estímulo ao convívio social e, dessa forma, sua valorização na sociedade.

Propostas de atendimento ao idoso que contemplam tais questões, estão ganhando força nas recentes discussões de estudiosos acerca dessa temática, o que confere maior relevância a trabalhos dessa natureza. As contribuições daí resultantes trarão impactos positivos, especialmente aos profissionais de turismo e aos interessados em atender às necessidades assistenciais do “idoso”.

### **1.1 Turismo e Qualidade de Vida na Melhor Idade**

O Brasil passa, hoje, por intenso processo de transição demográfica. As estatísticas dão conta de que a proporção de pessoas com idade mais avançada está aumentando consideravelmente. Nos últimos 40 anos, segundo o IBGE (2000) o percentual de pessoas com idade acima de 60 anos saltou de 4,7% para 7,8%. Certamente, esse rápido envelhecimento da população representa novos desafios para a sociedade e envolve questões sociais, econômicas, políticas e culturais.

Em estudos recentes da Organização das Nações Unidas – ONU – Magalhães e Tannuri (2001, p.10) indicam que os países “em desenvolvimento” serão os que mais sentirão os efeitos da transição demográfica em curso, face à tendência do contingente da população inativa igualar-se ao da economicamente ativa ou mesmo ultrapassá-lo. As projeções apontam que no ano de 2025 o Brasil será a 6ª nação em número de idosos, com aproximadamente 32 milhões de pessoas com idade acima de 60 anos. Essa tendência é demonstrada no quadro abaixo:

<b>Expectativa de vida ao nascer (em anos)</b>		
<b>Ano</b>	<b>Brasil</b>	
	HOMENS	MULHERES
1980	59,0	65,4
1991	62,6	69,8
2000	64,8	72,5

Fonte: IBGE

A partir da análise do quadro acima é possível notar que houve um aumento em relação à expectativa de vida ao nascer. Percebe-se que a média de vida entre as mulheres no Brasil chega a 72,5 anos e a dos homens pode ser de até 64,8 anos. Assim, considerando o atual padrão de crescimento demográfico no Brasil, projeta-se para o futuro um País que aponta para uma necessária e crescente atuação do Estado e da sociedade, visando garantir uma melhor qualidade de vida para o idoso.

As tendências hoje observadas não deixam dúvidas de que a valorização do idoso e de seu saber acumulado não pode ser vista apenas como uma obrigação. Ao contrário, constitui premissa básica para a obtenção de um futuro melhor e mais humano para a sociedade. Certamente, um mundo com maior número de pessoas experientes, detentoras de maior cautela, serenidade e sabedoria tende a ser um mundo mais prazeroso e pacífico.

Nesse sentido, os idosos representam, atualmente, um grande filão de mercado. Segundo dados do IBGE (2000), o Brasil tem hoje 14,5 milhões de habitantes com mais de 60 anos de idade, o que representa 8,6% da população total. Há uma década, eles eram 10,7 milhões ou 7,3%. Nos próximos 20 anos, serão 30 milhões e representarão quase 13% dos brasileiros. Como já foi referido antes, o envelhecimento da população é um fenômeno mundial, fruto do aumento da expectativa de vida no país, que é hoje de 68,5 anos, ou seja, 2,5 anos maior do que em 1980. Podem ser incluídos

nesse perfil outros 8,9 milhões de idosos que são responsáveis pelo sustento da família e representam 62% do universo da Terceira Idade. São percebidos avanços no nível de renda, educação e condições de moradia.

Os idosos estão mais preocupados com a saúde, têm vida financeira estabilizada e são excelentes pagadores. Por essas razões, são vistos pelas empresas como consumidores em potencial. O setor de lazer é um dos que mais investe nesse segmento. Um exemplo disso são as agências de turismo. Algumas delas preferem desenvolver programas voltados para pessoas da terceira idade do que para outros tipos de público.

As pessoas de Terceira Idade do Distrito Federal, por sua vez, viajam mais: em média, quatro vezes por ano. A maioria mora em Brasília, no Lago Sul ou no Lago Norte. As mulheres correspondem a 70% dos clientes das agências. O turista da Melhor Idade, geralmente se hospeda em casa de amigos e familiares.

A pesquisa do IBGE (2000), que traçou o perfil dos idosos como responsáveis por seus domicílios, mostrou que os chefes de família da Terceira Idade têm, como principal fonte de renda, a aposentadoria do INSS. Entretanto, foi identificado também que continuam exercendo alguma atividade remunerada. O trabalho, no entanto, contribui como importante fonte de renda. Na população idosa masculina, 36% do total de rendimentos vêm do trabalho. Entre as idosas, esse percentual é de apenas 10%, já que muitas delas são viúvas e contam com o benefício da pensão.

Não obstante o fato de essas estatísticas serem favoráveis à melhoria da qualidade de vida desse público ressalta-se, porém que 16% dos idosos encontram-se excluídos desse perfil, uma vez que moram em asilos ou são mantidos pela família, pois a aposentadoria ou ainda não chegou, ou o benefício é exíguo demais para que possam assumir o controle das próprias vidas. Embora esse percentual não faça parte do universo da presente pesquisa, essa observação é importante no sentido de destacar as condições dos idosos em nossa sociedade.

### 1.1.2 A qualidade de Vida na Melhor Idade

A Organização Mundial de Saúde (OMS), considera como qualidade de vida, “um estado de completo bem estar físico, emocional e social”. Por meio dessa assertiva é possível inferir a existência de conexão entre esse conceito e a forma como se envelhece, uma vez que a qualidade de vida “só pode ser reconhecida a partir de realidades existenciais, que envolvem fatores biológicos, emocionais, econômicos, sócio-culturais e também geográficos”. (EMBRATUR, 1996).

A qualidade de vida não encontra barreiras em relação à idade. Após uma vida dedicada ao trabalho, os idosos “vão à luta” em busca de novos horizontes: aproveitam para viajar, estudar, praticar esportes e participar de eventos culturais. Isto é, procuram realizar os sonhos da juventude, ainda não concretizados.

Atualmente tem sido oportunizado à Melhor Idade vivenciar e acompanhar os avanços do mundo globalizado. Por exemplo, as pessoas com mais de 45 anos de idade podem aproveitar o tempo livre para fazer cursos variados. Nesse sentido, pode-se mencionar o caso da Universidade da Terceira Idade localizada em Brasília, que vem se tornando um espaço destinado ao aprendizado e à socialização desse público. Essa iniciativa objetiva a busca pela melhoria da qualidade de vida e por isso, não há exigência de escolaridade nem de avaliações. São ministradas aulas de informática, dança de salão, de idiomas e de artes.

Menciona-se, ainda, uma outra iniciativa importante que permite ao idoso usufruir de uma nova oportunidade no mercado de trabalho, por meio do *site* “velhos amigos” criado para aproximar empresas do profissional da Melhor Idade que, eventualmente, esteja à procura de um novo emprego.

Não obstante essas boas práticas, a melhoria da qualidade de vida do idoso apresenta aspectos negativos. Segundo estatísticas divulgadas pela Revista ISTO É (12/09/2001), elaboradas pelo Ministério da Saúde, a propagação do vírus HIV, na Terceira Idade, se constitui, atualmente, em um problema assustador. Os dados comprovam que nos últimos anos, o percentual de pessoas contaminadas, na faixa etária entre 50 e 59 anos, cresceu consideravelmente.

A provável causa dessa propagação está vinculada, de um lado, à grande oferta de medicamentos que resolvem os problemas de disfunção erétil, mais comuns entre os idosos. De outro lado, vincula-se à melhoria da qualidade de vida, associada à resistência dos mais velhos em usar preservativos, o que tem favorecido ao aumento da incidência da doença nas faixas etárias superiores.

### **1.1.3 Turismo na Melhor Idade**

O turismo da Melhor Idade vem crescendo progressivamente, tendo em vista a tendência generalizada que se refere a um duplo envelhecimento demográfico, ou seja, a um fenômeno em que o prolongamento da vida, acompanhado pelo controle da natalidade, origina saldos demográficos que se aproximam do zero.

Segundo dados da EMBRATUR (1996), os turistas da Melhor Idade são detentores de 19% da renda nacional e representam 20% do turismo doméstico no Brasil. Os tipos preferenciais de turismo da Melhor Idade são: saúde, cultural, eventos, religioso e ecológico.

Para Baptista (1990), esses turistas compõem um nicho de consumidores, cada vez maior no País. Dispondo de dinheiro e de tempo para longas viagens, esse consumidor poderá assegurar, em breve, uma fatia considerável do faturamento do setor turístico.

Nesse sentido, o turismo para a Melhor Idade, segundo Andrade (1998), se devidamente planejado e orientado, pode propiciar diversos benefícios. O primeiro deles, apontado pelo autor, é a ocupação dos equipamentos turísticos, especialmente na baixa estação. É nessa época que a maioria do público da Terceira Idade viaja, em busca de locais com infra-estrutura e, fundamentalmente, com relativo sossego.

Além disso, o autor aponta ainda para o incentivo da diminuição dos preços junto às empresas turísticas, as quais em determinadas épocas do ano, geralmente promovem descontos, reduzindo suas tarifas com o propósito de atrair pessoas que detêm maior poder aquisitivo e disponibilidade de tempo para viajar. Esse tipo de incentivo beneficia diretamente ao público da Melhor Idade.

Um outro benefício, também mencionado pelo autor, está ligado à expansão e à melhoria da rede hoteleira, pelo fato de que o turismo da Melhor Idade se encontra associado ao turismo de saúde, e cada vez mais, se amplia a cadeia de estabelecimentos extra-hoteleiros nas localidades turísticas, tais como, casas de saúde, “spas”, hotéis de lazer, hotéis históricos, centros de saúde e lazer, entre outros.

Como consequência disso, Andrade (*op cit*) caracterizou um benefício que diz respeito à qualificação da mão-de-obra local. Esse tipo de turismo exige treinamento especializado, capaz de atender não somente à parte recreativa, mas, também, requer atendimento voltado à área de saúde, tais como, enfermeiras, médicos especializados e outros.

A valorização do patrimônio cultural seria, ainda, um importante benefício propiciado pelo turismo voltado para a Melhor Idade, pois, esses turistas apreciam passeios em museus, galerias de arte, monumentos, bem como a aquisição do artesanato local. Dessa forma, criam-se oportunidades para aumentar a consciência relacionada à preservação cultural, tanto da parte dos turistas, quanto da população local.

Finalmente, pode-se citar a melhoria da infra-estrutura das cidades receptoras. Nesse sentido, o turista da Melhor Idade é considerado extremamente exigente com as condições de saneamento básico dos locais que visita.

Nas próximas seções serão apresentadas algumas iniciativas criadas para contemplar, preferencialmente, à Melhor Idade.

## **1.2 Políticas e Programas para a Melhor Idade: iniciativas públicas e privadas**

### **1.2.1 Estatuto do Idoso**

A população da terceira idade ganhou um importante instrumento para garantir os seus direitos. Depois de seis anos de espera, foi sancionado, no dia 01 de outubro de 2003, pelo Presidente da República, o Estatuto do Idoso.

A nova legislação pune, com detenção de um a seis meses, quem maltratar, abandonar ou deixar de prestar assistência a idosos. Obriga o poder público a fornecer, gratuitamente, medicamentos aos idosos e veda a discriminação do idoso nos planos de saúde, pela cobrança de valores diferenciados, em razão da idade. Além disso, assegura passe livre nos transportes coletivos públicos para os maiores de 65 anos.

Determina ainda, que o reajuste da aposentadoria seja na mesma data do reajuste do salário mínimo, em percentual a ser definido em regulamentação posterior. Ademais, reduziu de 67 para 65 anos a idade para requerer o benefício de um salário mínimo estipulado pela Lei Orgânica da Assistência Social (Loas).



Outro aspecto importante a ser destacado refere-se à proibição da discriminação e de fixação de limite de idade para admissão de trabalhadores, dentro dessa faixa etária, em qualquer emprego, inclusive, mediante concurso. Finalmente, merece destaque o direito à moradia digna e a prioridade na aquisição de imóveis, no âmbito dos programas habitacionais.

Em que pese o fato de se tratar de uma inovação, essa legislação precisa, no entanto, ser ainda aprimorada e, especialmente, implementada acompanhada e avaliada, sob o risco de não obter os resultados esperados.

### **1.2.2 Programa Clube da Melhor Idade**

Turismo e lazer para idosos tornaram-se prioridades para o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), que desenvolveu o Projeto Clube da Melhor Idade, para incentivar a utilização dos equipamentos e dos serviços turísticos que ficam ociosos nas baixas temporadas, por pessoas acima de 50 anos. Assim, de acordo com a Embratur (2001, p. 44-45), em 1986, foi criada a Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade (ABCMI), com o objetivo de reunir pessoas que continuam, ou em alguns casos, começam a “curtir a vida”. Seu grande atrativo é a socialização.

A Embratur (*op cit*) divulgou que, atualmente, existem 22 associações e mais de 518 clubes em todos os estados brasileiros, cujo cadastro se constitui por mais de 218 mil associados. Uma pesquisa realizada pela ABCMI constatou que a maioria dos associados prefere viajar em excursões (83%), sendo que 93% deles hospeda-se em hotéis e 92% faz compras durante as viagens.

É interessante ressaltar que, segundo dados da Embratur (1996), a maioria dos integrantes é composta por mulheres viúvas, solteiras e

divorciadas, porém, os dados mostram que há, também, entre eles, casais, alguns dos quais formados durante o convívio na associação.

Um outro dado importante, divulgado pela Embratur refere-se ao fato de que grupos associados possuem uma carteirinha que proporciona descontos em tarifas aéreas, hospedagem, congressos e eventos. Para adquiri-la é preciso pagar uma anuidade de R\$ 10,00 pela carteira nacional e R\$ 10,00 pela estadual.

O Projeto do Clube da Melhor Idade realiza, assim, um trabalho significativo, tanto para os seus associados, quanto para o turismo interno. Pode-se afirmar que, sem dúvida, esse é um programa que estimula ao desenvolvimento do turismo e à melhoria da qualidade de vida para os maiores de 50 anos.

### **1.2.3 Uma Proposta Inovadora: a Criação do Cristal Palace Residence**

Diversos autores apontam para o fato de que o crescimento do número de pessoas idosas no mundo tem sido motivo de preocupação para organismos internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização Mundial de Saúde (OMS). Berner (1995) ressalta que o envelhecimento populacional implica problemas de ordem social e de saúde, que exigem medidas políticas capazes de atender às necessidades específicas dessa camada da população. Assim, preocupados em atender a essa parcela da população foi pensada a construção da proposta do Hotel Cristal Palace Residence, situado na cidade do Rio de Janeiro, ilustrado no anexo II desta monografia.

Antes da criação e da implementação da proposta, era necessário, porém, realizar um diagnóstico da situação, verificando, assim, a viabilidade técnica e social do projeto. Dessa forma, foi elaborado um estudo sobre

determinadas classes sociais (classe média e classe média alta), pertencentes à cidade do Rio de Janeiro. Verificou-se, então, a necessidade da criação de um dispositivo que pudesse atender a uma parcela da população que, de certa maneira, encontrava-se desprovida de possibilidades e de opções para viabilizar os cuidados necessários aos seus idosos de forma satisfatória e compatível com seus recursos e com seus estilos de vida.

Dessa maneira, se identificou que muitas das entidades e instituições criadas para atender às pessoas idosas eram destinadas a suprir a demanda de classes sociais menos favorecidas. E, a classe alta, de certa forma, construía um aparato e um modo próprio para melhor atender às suas necessidades em relação ao idoso. Restava, portanto, pensar nas possibilidades para suprir lacunas relacionadas a essa questão, pois, as ditas "casas de repouso" nem sempre eram vistas com "bons olhos". Eram associadas, em sua maioria, a locais frios e impessoais, em termos das relações ali estabelecidas, e, como lugares pouco agradáveis, cujas normas e horários inflexíveis, em nada lembravam um ambiente familiar. Em função dessas premissas, houve o engajamento no desenvolvimento e na criação de um lugar adequado para atender às questões inerentes a essa demanda.

Durante a realização desse diagnóstico situacional, foi possível detectar alguns impasses, vivenciados por essa camada social no âmbito familiar, tais como, adaptação do espaço da casa para o idoso na família, pessoa especializada para cuidá-lo em casa, assegurar qualidade de vida e de convívio social, proporcionar momentos de lazer, assegurar o melhor ambiente para adequação das dificuldades impostas pela idade. Assim, surgiu o projeto Cristal Palace Residence, destinado a suprir esse tipo de demanda social.

Esse empreendimento buscava, também, assegurar aos hóspedes/residentes e aos seus familiares a garantia de conforto, privacidade, singularidade no atendimento, assistência de enfermagem e suporte médico por vinte quatro horas. É importante, também, salientar a preocupação com a segurança e com a integridade física dos hóspedes/residentes. Em função disso, a estrutura física foi planejada com o intuito de melhor atender ao idoso.

Preconizando que este deveria ser um lugar onde cada um realmente se sentisse em casa, foi planejado que cada hospede/residente tivesse o seu ambiente personalizado, onde pudesse escolher sua própria decoração e, assim, receber suas visitas, de forma aconchegante e acolhedora, como se estivesse em sua própria residência.

Segundo Camara (1995, p. 4) o Hotel Cristal Palace foi inaugurado no dia 19 de maio de 1995, em Copacabana, totalmente voltado para os idosos. O empreendimento é constituído por 24 apartamentos, com piso antiderrapante, ar-refrigerado, TV a cores, música ambiente, geladeira, cofre, sistemas de chamada emergencial de enfermagem (funcionando 24 horas por dia), telefonia direta, portas e corredores mais largos, sinalizadores por todos os lados e apoio nos banheiros, salas de jogos, sala de leitura e duas banheiras com hidromassagem na cobertura. Camara (*op. cit.*) menciona, ainda, que como resultado dessa iniciativa, muitos idosos preferem morar no local, em função da qualidade dos serviços. As diárias praticadas variam entre R\$ 146,00 e R\$ 158,00, com pensão completa. E, se a pessoa for residente, tem desconto de 20%.

Segundo Portnow e Samuels (1997), o atendimento domiciliar<sup>2</sup>, representa uma estratégia de atenção à saúde que engloba muito mais do que o simples fornecimento de um acompanhamento de enfermagem e de médico; é um método aplicado ao cliente hóspede/residente que enfatiza sua autonomia e esforça-se em realçar suas habilidades funcionais, dentro de seu ambiente. Envolve o planejamento, a coordenação e o fornecimento de vários serviços.

Assim, o tipo de atendimento proposto pelo Hotel Cristal Palace Residence visa minimizar parte das debilidades naturalmente adquiridas com o passar dos anos. Neste, os clientes idosos encontram possibilidade de "re"socialização, maior integração no convívio social, privacidade, assistência

---

<sup>2</sup> Para efeito deste estudo adotou-se a noção de que o hotel se trata, na verdade, do domicílio do hóspede/residente, em questão.

médica (vinte e quatro horas por dia) para atender a qualquer eventualidade, no que diz respeito à saúde dos seus hóspedes.

Essa nova modalidade assistencial mostra ser uma das perspectivas na área de saúde deste milênio, na medida em que conjuga moradia, lazer, cultura, cuidados de saúde personalizados e um ambiente agradável, buscando valorizar a face saudável da longevidade, sem omitir as limitações impostas pelo avançar da idade, mas, sobretudo, valorizando essa etapa da vida, olhando-a com dignidade e respeito.

O Hotel Palace Residence opera com uma taxa de ocupação de 88% ao mês, com 13 hóspedes residentes<sup>3</sup>. Por esses dados, pode-se afirmar, portanto, que a construção de um hotel voltado basicamente para o idoso foi extremamente rentável, superando as expectativas de seus idealizadores.

---

<sup>3</sup> Durante a fase de coleta de dados desse estudo foi realizada uma visita ao Hotel Palace Residence, (Cristal Palace é o nome “fantasia”), em janeiro de 2002. Parte das informações aqui descritas sobre o referido Hotel foram fornecidas pelo então Gerente Geral, Carlos Teixeira Pereira, a quem se tecem sinceros agradecimentos pela colaboração na coleta de informações.

## CAPÍTULO II

### Metodologia Empregada na Pesquisa

Conforme mencionado anteriormente, este trabalho tem como objetivo verificar quão preparado está o segmento turístico de Brasília, para receber o público da chamada Melhor Idade. Nesse sentido, foram levantadas algumas questões referentes à qualidade dos serviços oferecidos pelos Hotéis da cidade, tais como: a rede hoteleira da Capital Federal se encontra devidamente habilitada para atender a esse público-alvo específico? Atendem às normas de manutenção e conservação de equipamentos? Em relação às questões de segurança, higiene e saúde, reservam atenção especial ao público da Terceira Idade, bem como aos portadores de necessidades especiais?

O levantamento de dados se constituiu por duas fases. Na primeira, para responder às questões anteriormente citadas, a principal técnica utilizada na pesquisa foi a elaboração, a aplicação e a análise de um questionário, composto por trinta questões (de caráter fechado) fechados, conforme consta do anexo I desta monografia. Tal questionário foi distribuído entre 14, dos 46 estabelecimentos citados no próximo capítulo, escolhidos de forma aleatória.<sup>4</sup> A análise dos dados foi consolidada por meio de tabulação percentual simples, com base nas respostas obtidas.

Na segunda fase, que ocorreu simultaneamente à primeira, procurou-se levantar, ainda, informações complementares, de natureza mais qualitativa, acerca dos referidos empreendimentos de Brasília, assim como acerca de outras experiências, como o Crista Palace, entre outras. Essa segunda etapa baseou-se em entrevistas pessoais, com os responsáveis pelos empreendimentos. Nestas entrevistas foram utilizadas apenas perguntas abertas, colocando-se diretamente aos entrevistados as questões pesquisadas.

---

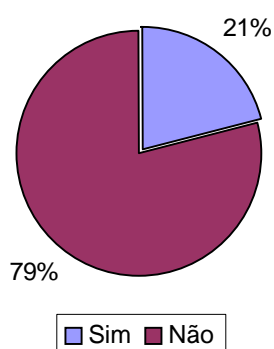
<sup>4</sup> Não obstante o fato de a amostra representar 30% da totalidade do universo de pesquisa, os resultados apresentados não podem ser generalizados, mas, ao contrário, devem ser considerados apenas como tendências.

Finalmente, ressalta-se, ainda, que os questionários foram submetidos aos gerentes gerais dos estabelecimentos analisados e que se acordou mutuamente guardar sigilo sobre sua identificação, assim como de seu estabelecimento. Assim, por meio desse levantamento, será identificado como os hotéis de Brasília se comportam frente ao desafio de atender ao turista da Melhor Idade.

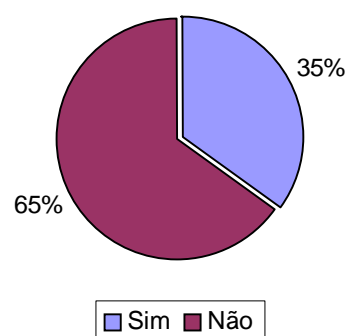
## 2.1. Análise dos dados

Os questionários acima referidos buscaram abordar os seguintes aspectos: tópicos segurança, saúde e higiene, conservação e manutenção, atendimento ao hóspede, lazer e, finalmente, atendimento voltado ao idoso/portador de necessidades especiais. Os gráficos de 1 a 4 se referem a questões de segurança.

**Gráfico 1**  
Possui circuito interno de TV:



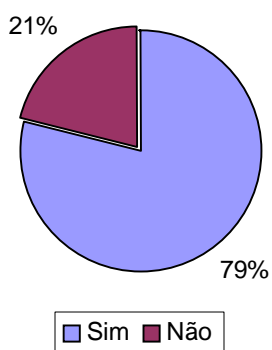
**Gráfico 2**  
Gerador de emergência com partida automática:



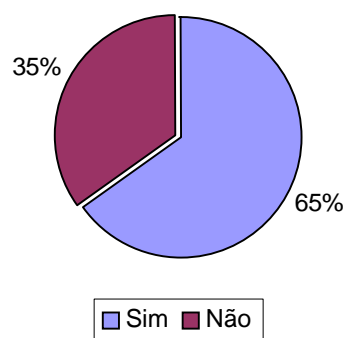
Sobre o item “segurança”, o gráfico 1 revela que, dentre os estabelecimentos hoteleiros questionados, 79% deles ainda não possui circuito interno de TV entre seus itens de segurança. O gráfico 2, por sua vez, revela que dos hotéis respondentes 65% deles não possuem gerador de emergência.

**Gráfico 3**

É dado treinamento aos funcionários para que os mesmos saibam lidar com situações de incêndio e pânico:

**Gráfico 4**

Cobertura contra roubos, furtos e responsabilidade civil, divulgada ao hóspede:

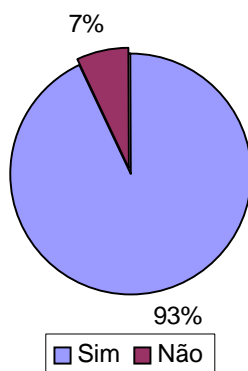


Por sua vez, ainda tratando da segurança, o Gráfico 3 revela que 79% dos hotéis possuem pessoal treinado para enfrentar situações de incêndio e pânico. No que tange à segurança do patrimônio dos clientes, de acordo com o Gráfico 4, somente 65% dos hotéis têm cobertura contra roubos, furtos e responsabilidade civil, divulgando-a ao hóspede.

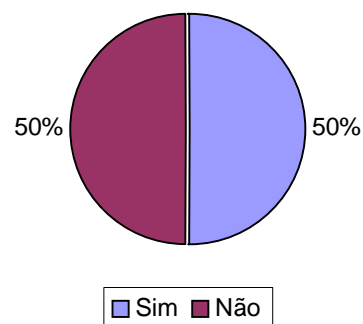


**Gráfico 5**

Possui equipamento de primeiros-socorros:

**Gráfico 6**

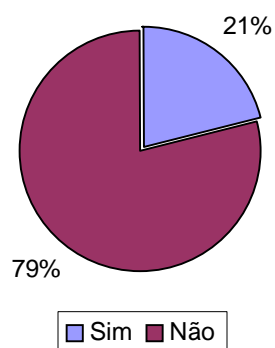
Possui serviços de atendimento médico de urgência:



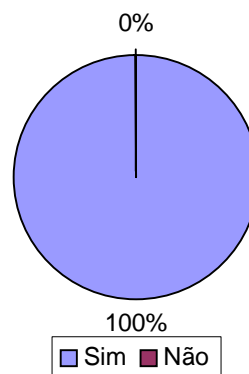
Em relação ao item “saúde e higiene”, o Gráfico 5 mostra que 93% dos hotéis dispõem de equipamentos de primeiros-socorros. Já o Gráfico 6 revela que 50% dos hotéis não dispõem de serviço de atendimento médico de urgência.

**Gráfico 7**

Faz tratamento de resíduos:

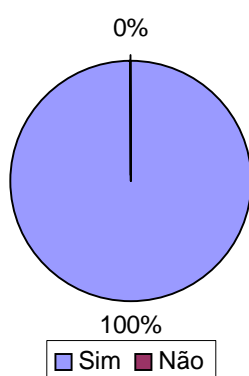
**Gráfico 8**

Imunização permanente contra insetos e roedores:

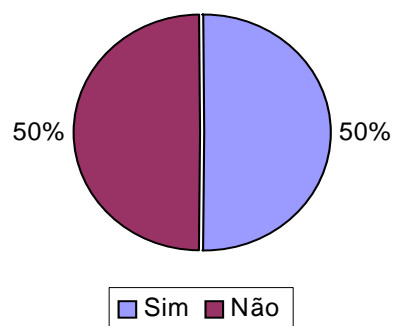


Tratando-se ainda, do item “saúde e higiene”, o gráfico 7 revela que 79% dos hotéis respondentes não fazem tratamento de seus resíduos. Já o Gráfico 8, revela que todos os estabelecimentos de hospedagem questionados têm imunização permanente contra insetos e roedores.

**Gráfico 9**  
Higienização do alimento *in natura* armazenado:

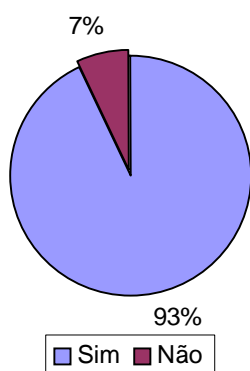


**Gráfico 10**  
Esterilização de equipamentos (roupas de cama/ mesa/banho; louças e talheres; sanitários):

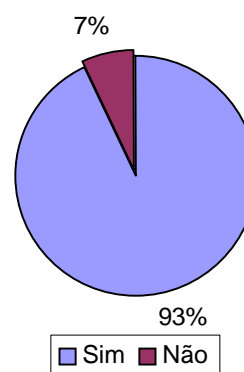


Os Gráficos acima também tratam do item “saúde e higiene” e, o gráfico 9 mostra que todos os estabelecimentos de hospedagem questionados têm higienização do alimento “in natura”. Já o gráfico 10 revela que somente 50% dos hotéis pesquisados, fazem esterilização de seus equipamentos.

**Gráfico 11**  
Programa de prevenção e Controle para conservação/ manutenção:

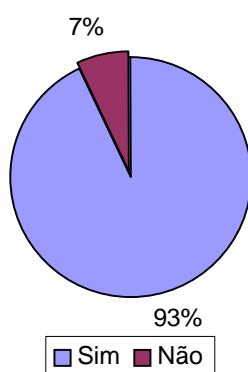


**Gráfico 12**  
Oficina de manutenção

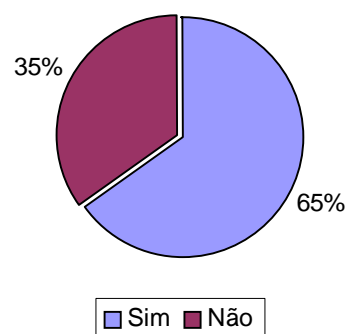


No que tange ao tema “conservação e manutenção”, o Gráfico 11 mostra que 93% dos hotéis respondentes possuem programas de prevenção e controle para conservação e manutenção de seus equipamentos. Este mesmo percentual pode ser visto no Gráfico 12, no que tange à existência de oficinas de manutenção.

**Gráfico 13**  
Todas as áreas em condições adequadas de conservação/manutenção:



**Gráfico 14**  
Atendimento especial para Melhor Idade

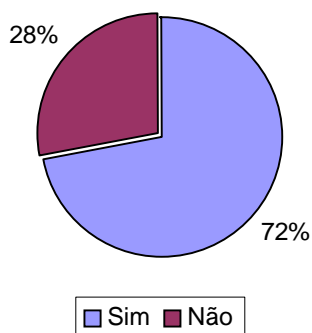


Ainda em relação ao tópico “conservação e manutenção”, o Gráfico 13 mostra que 93% dos hotéis possuem condições adequadas de conservação e manutenção em todas as áreas dos estabelecimentos hoteleiros pesquisados.

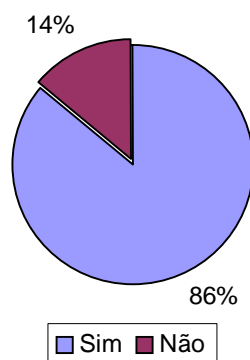
No que diz respeito ao aspeto “atendimento ao hóspede”, quanto à ocorrência de tratamento especial (equipamentos e mão-de-obra especializada para terceira melhor idade) oferecido para a Melhor Idade, o Gráfico 14 revela que somente 65% dos estabelecimentos questionados estão preparados para atendê-los.

**Gráfico 15**

Facilidades de atendimento para para os idosos e portadores de necessidades especiais:

**Gráfico 16**

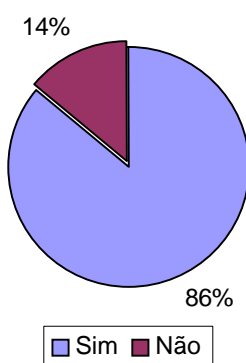
Divulgação dos compromissos e serviços oferecidos ao hóspede:



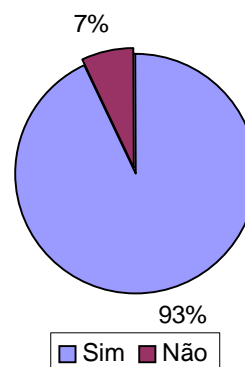
Dando continuidade à análise do tema “atendimento ao hóspede”, o gráfico 15 revela que 72% dos estabelecimentos hoteleiros pesquisados oferecem facilidades para os idosos e portadores de deficiência física. Já o gráfico 16 mostra que 86% dos hotéis respondentes possuem divulgação dos compromissos e serviços oferecidos ao hóspede, pois oferecem programas destinados para a terceira idade (serestas, bingos, passeios ecológicos, etc.).

**Gráfico 17**

Serviço de reserva 24 horas:

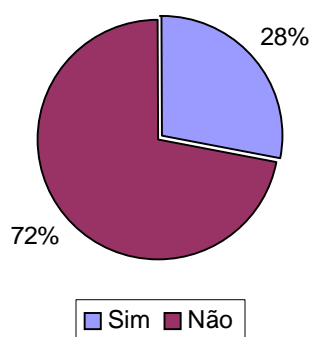
**Gráfico 18**

Serviço de mensageiros 24 horas:

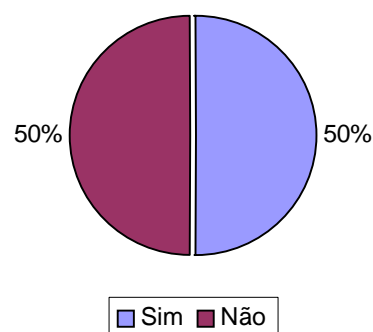


Na mesma temática – “atendimento ao hóspede” – o Gráfico 17 mostra que 86% dos estabelecimentos de hospedagem fazem uso de serviço de reserva 24 horas. Por sua vez, o Gráfico 18 revela que 93% das empresas hoteleiras entrevistadas mantêm serviços de mensageiros, 24 horas.

**Gráfico 19**  
Sala de ginástica com instrutor:

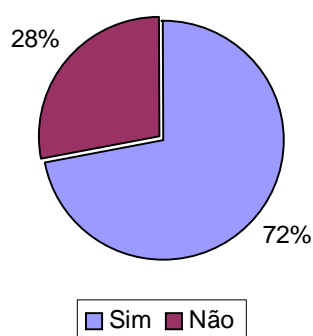


**Gráfico 20**  
Ambiente reservado para leitura, visitas, jogos e outros:

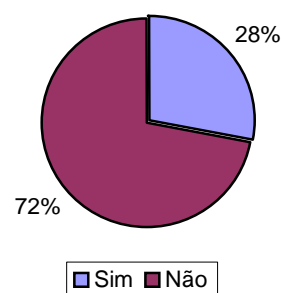


Quanto ao “lazer” o Gráfico 19, revela que 72% dos estabelecimentos pesquisados não possuem sala de ginástica com instrutor. O Gráfico 20 demonstra que 50% dos estabelecimentos possuem ambiente reservado para leitura, visitas, jogos e outros.

**Gráfico 21**  
Sauna seca ou a vapor com duchas:



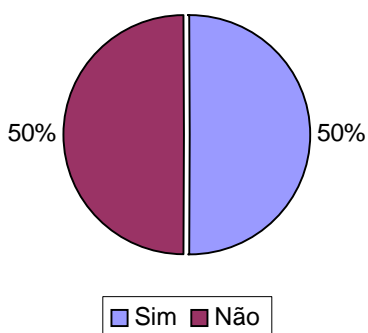
**Gráfico 22**  
Piscina com guarda-vidas, em condições e locais específicos:



Finalizando o item “lazer”, o Gráfico 21 permite inferir que 72% dos hotéis observados possuem sauna seca ou a vapor, com duchas e sala de repouso. Por sua vez, o Gráfico 22 indica que 72% dos hotéis analisados não possuem piscina com guarda-vidas, em condições e locais específicos.

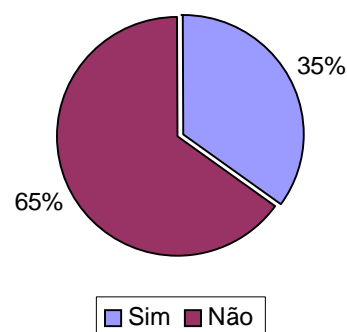
**Gráfico 23**

Equipamentos apropriados para as necessidades do idoso/portador de necessidades especiais:



**Gráfico 24**

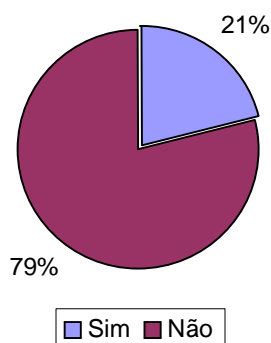
Qualificação profissional para atender à Melhor Idade:



Sobre o aspecto atendimento voltado ao idoso/deficiente físico, observou-se, por meio do Gráfico 23, que somente 50% dos hotéis pesquisados possuem equipamentos apropriados para atender às necessidades dos idosos/deficientes físicos. O Gráfico 24 indica que apenas 35% dos hotéis possuem qualificação profissional (mão-de-obra especializada) para atender o público da Melhor Idade.

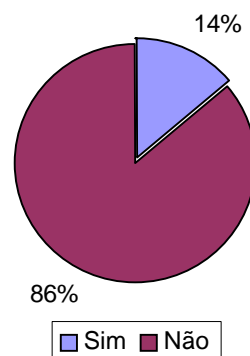
**Gráfico 25**

Serviço de nutricionista que ofereça alimentação especial:



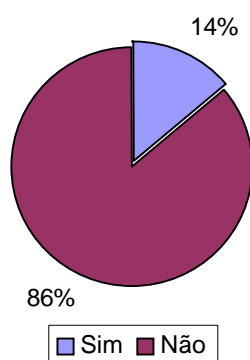
**Gráfico 26**

Serviço de transporte para o idoso:

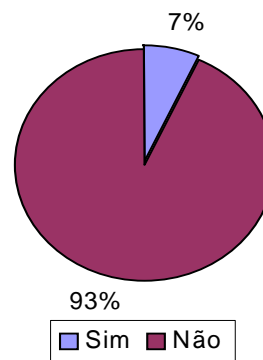


Analisando ainda, o item “atendimento voltado ao idoso”, o Gráfico 25 revela que 79% dos respondentes admitiram dispor de serviço de nutricionista que ofereça uma alimentação especial. Observa-se, também, no Gráfico 26, que 86% dos hotéis não possuem serviço de transporte para o idoso.

**Gráfico 27**  
Programação voltada para a Melhor Idade:

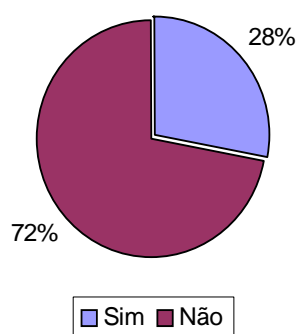


**Gráfico 28**  
Projetos voltados para a Melhor Idade:

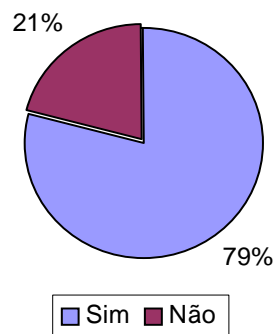


Cabe, ainda, observar que o Gráfico 27 indica que 86% dos hotéis não mantêm uma programação voltada para atender à Melhor Idade. Já, o Gráfico 28 mostra que 93% dos estabelecimentos pesquisados não possuem projetos destinados para a melhor idade.

**Gráfico 29**  
Análise de mercado sobre potencial Turístico da Melhor Idade:



**Gráfico 30**  
Interesse em atender a demanda de mercado da Melhor Idade:



Para concluir a análise do item “atendimento voltado para a Melhor Idade”, se observa que o Gráfico 29 revela que 72% dos estabelecimentos respondentes não fazem pesquisa sobre o potencial turístico da Melhor Idade. E, finalmente, o Gráfico 30 mostra que 79% dos hotéis pesquisados possuem interesse em atender à demanda de mercado da Melhor Idade.

## **2.2. Interpretando os resultados**

Uma breve análise dos dados no que tange à segurança permite inferir que se torna necessária a realização de maiores investimentos por parte dos hotéis nesse aspecto, uma vez que o público da Melhor Idade necessita de atendimentos especiais e, fundamentalmente maior segurança. Da mesma forma, o gerador com partida automática deveria ser item obrigatório em todos os hotéis, uma vez que a falta de iluminação poderia colocar em risco a integridade física dos hóspedes.

Sobre o item “saúde e higiene”, os hotéis de Brasília apresentam boa qualidade, pois se verificou a existência dos equipamentos de primeiros socorros em todos eles. Por outro lado, a ausência do médico de plantão não chega a ser uma falta grave, em função de que a maioria dos hotéis se situa próxima ao setor hospitalar. Entretanto, no que se refere ao aspecto de tratamento dos resíduos, considera-se que este item deveria ser obrigatório.

Em relação ao item “conservação e manutenção”, a análise dos dados revela boas condições nos hotéis que compuseram a amostra. Sobre o tema “atendimento ao hóspede” faz-se necessário maior empenho dos empresários do setor analisado, no sentido de disponibilizar atendimento adequado ao público da Melhor Idade.



No que concerne ao item “lazer”, considera-se que os estabelecimentos hoteleiros de Brasília possuem instalações adequadas para a satisfação e para o atendimento dos idosos, devendo-se, talvez, aumentar o cuidado com a segurança nas áreas com piscina.

Finalmente, observou-se que o atendimento voltado ao idoso/deficiente físico, nos estabelecimentos hoteleiros, é eficiente. Entretanto, deveriam promover adequação em termos de equipamentos, e, principalmente, melhorar a qualificação profissional de seus funcionários, para atender ao idoso de maneira satisfatória, já que existe um interesse voltado para a demanda de mercado da Melhor Idade.

## **CAPÍTULO III**

### **Estudo de Caso: o Turismo para a Melhor Idade em Brasília**

#### **3.1 Brasília como um destino turístico**

No princípio era o sonho. Sonho de Dom Bosco, que percorre uma trajetória na qual a esperança e o misticismo se fundem na premonição da civilização do terceiro milênio<sup>5</sup>. Sonho de Juscelino Kubitschek, o JK, um visionário que decidiu se tornar Presidente de uma nação que, voltada para si mesma, assumisse sua condição de continentalidade, sem medo de ousar e decidida a inventar seu grandioso destino. Sonho dos candangos, que investiram sua esperança na região, para que a nova cidade brotasse na imensidão do Planalto Central.

Tombada pela Unesco como Patrimônio Cultural da Humanidade, Brasília é muito mais que a capital da República. É uma cidade que conjuga o traçado urbanístico de Lúcio Costa e a arquitetura moderna de Oscar Niemeyer. Bonita, agradavelmente arborizada e iluminada, organizada por setores e de trânsito relativamente fluido.

A cidade possui vocação natural para o turismo de eventos, místico, de negócios e cultural. Tal vocação pode ser explicada em função da sua estrutura e arquitetura, pelas facilidades que oferece e pelo interesse que a capital do País desperta em cada brasileiro. O turismo é, hoje, um dos melhores e mais

---

<sup>5</sup> Parte dessa seção foi inspirada em informações publicadas na Revista Brasília 40 anos (vide bibliografia).

eficientes meios para conquistar o desenvolvimento e o progresso de uma cidade e, ainda, o “*status*” no mundo dos eventos.

A Capital Federal possui uma boa infra-estrutura, pois oferece rede de hotéis centralizada, considerada uma das mais completas do Brasil, cujo setor gastronômico se caracteriza por sua diversificação, já que representa, de um lado, a culinária regional brasileira e, de outro, as cozinhas internacionais. O setor gastronômico é constituído por restaurantes típicos de várias partes do mundo. A cidade dispõe, também, de um Aeroporto Internacional, considerado um dos mais modernos do País, distante apenas 15 minutos do centro da cidade e de sua rede hoteleira. Paradoxalmente, o Aeroporto Internacional de Brasília ainda não conta com vôos internacionais saindo diretamente de Brasília.

Conforme dados do IBGE (1998), o Distrito Federal ocupa, na Região Centro-Oeste do Brasil, uma área total de 5.822,1 km<sup>2</sup>, com 43 km<sup>2</sup> de águas internas, limitadas ao norte e ao sul pelos paralelos de 15°30’S e 16°03’S e a oeste pelo Rio Preto e pelo Rio Descoberto. Ao longo de sua fronteira ficam os municípios de Planaltina, Formosa, Cristalina, Luziânia e Padre Bernardo – pertencentes ao Estado de Goiás – e o município mineiro de Unaí.

Sua arquitetura moderna, de linhas simples, mas de extraordinária beleza plástica, confere à Brasília posição singular em todo o mundo, tornando-a uma das cidades mais visitadas, o que é positivamente favorável ao turismo. Segundo dados publicados no Jornal Brasilturis (2001, p. 8),

[...] o plano arquitetônico elaborado por Oscar Niemeyer ajusta-se em forma e espírito ao plano urbanístico de Lúcio Costa, resultando numa cidade em que espaços e volumes se valorizam mutuamente, com perfeito equilíbrio e momentos de imperecível grandeza.

Assim, dentre os diversos pontos turísticos de Brasília podem ser destacados: (i) a Catedral; (ii) a Esplanada dos Ministérios; (iii) a Praça dos Três Poderes; (iv) a Torre de TV; (v) o Memorial JK; (vi) o Palácio da Alvorada;

(vii) o Templo da LBV; (viii) o Palácio do Buriti; (ix) o Teatro Nacional; (x) o Quartel General do Exército; (xi) o Centro de Convenções.

Entre os monumentos de maior realce, merecem especial referência os Palácios, a Catedral e o Teatro. A Catedral é o ponto turístico mais visitado, seguido da Esplanada dos Ministérios, da Praça dos Três Poderes, da Feira de artesanato na Torre de TV, do Parque da Cidade, do Memorial JK, do Palácio da Alvorada e do Templo da LBV.

### **3.2 O Segmento Hoteleiro de Brasília**

Nos últimos anos, Brasília vem conquistando a preferência de vários segmentos da política e da economia, para a realização de importantes encontros, o que terminou por fazer com que a cidade desenvolvesse tecnologias adequadas para o segmento hoteleiro, e, preparar-se, constantemente para uma crescente movimentação turística. Assim, a cidade ganhou algumas novas características: hospeda convenções, seminários, congressos e demais eventos do gênero.

A Capital Federal, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH/DF), divulgados no jornal Folha de Turismo (2001, p. 39) dispõe hoje, em sua rede hoteleira, de 105 hotéis no total. Desses, 46 localizam-se no Plano Piloto, com 6.683 apartamentos e 16.350 leitos, nos mais diferentes tipos de hotéis, qualificados de uma a cinco estrelas. Divulgou-se, ainda, que nos próximos dois anos serão construídos mais 23 hotéis.

Embora, em princípio, essa ampliação possa se configurar em aumento da concorrência, no entanto, o Setor Hoteleiro de Brasília não será afetado com os novos hotéis, uma vez que desembarcam, no Aeroporto Juscelino Kubitschek cerca de 2,2 milhões de pessoas por ano<sup>6</sup>. Desses, cerca de 1 milhão se hospedam no Distrito Federal (Neves, 2001, p.12).

---

<sup>6</sup> Dados da Embratur indicam que em 2003 o número de desembarques chegou a 3,3 milhões de pessoas por ano. Em relação à hospedagem, não se dispõe aqui de dados mais recentes.

De acordo com dados publicados pela Folha do Turismo (2001, p. 39), a taxa de ocupação, durante o ano, gira em torno de 80 a 100% de leitos preenchidos, entre terça-feira e quinta-feira. Na segunda-feira, a taxa é de 60%, e de sexta-feira a domingo essa taxa varia de 20% a 35%. Percebe-se, assim, que, embora a taxa de ocupação possa ser considerada boa, a oferta de visitantes não é tão expressiva. O principal responsável por essa flutuação é o turismo de negócios, tendo em vista que Brasília é a terceira cidade do País que mais recebe executivos, depois de São Paulo e do Rio de Janeiro.

Em virtude da concorrência e com o intuito de atrair mais hóspedes, o setor hoteleiro do Distrito Federal se prepara para dobrar a oferta de leitos. As atuais 16 mil vagas se transformarão em 32 mil. O setor está investindo cerca de R\$ 800 milhões na capital da República. Somente neste primeiro trimestre serão abertos três mil novos leitos na rede brasiliense.

Brasília oferece um leque considerável de alternativas em termos de hospedagem, que inclui desde os mais sofisticados hotéis até os mais simples. Dentre os principais hotéis que compõem o setor hoteleiro do Plano Piloto podem ser destacados no Setor Hoteleiro Sul: Alvorada Hotel; Bonaparte Hotel; Brasília Imperial Hotel; Briston Hotel; Carlton Hotel; Econotel Itamarati; Hotel Continental; Grand Bittar Hotel; Hotel das Américas; Hotel das Nações; Hotel Nacional; Hotel Phenícia; Hotel Planalto; Naoum Plaza Hotel; Riviera Hotel; Saint Paul Park Hotel; San Marco Hotel; Meliá Confort Park; Meliá Brasília; St. Peter Hotel. No Setor Hoteleiro Norte destacam-se: Aracoara Hotel; Plaza Bittar Hotel; Byblos Hotel; El Pilar Hotel; Eron Brasília Hotel; Garvey Parque Hotel; Hotel Aristus; Hotel Casablanca; Hotel Diplomat; Hotel Península; Kubitschek Plaza; Manhattan Flat; Metropolitan Flat; Miraga Hotel; Lake Side; Monumental Bittar Hotel; Torre Palace Hotel; Parthenon. Finalmente, no Setor de Clube Sul: Academia de Tênis Resort e no Setor de Hotéis Turístico Norte: Blue Tree Tower.

### 3.3. Perfil do Turista de Brasília

A maior parte dos turistas de Brasília desembarca na cidade a trabalho. Por isso, afirma-se que o turismo de negócios é mesmo a vocação da Capital Federal. Segundo pesquisa feita pelo Instituto Brasileiro do Patrimônio Cultural (IBPC), para o Convention News (2001), o turista do Distrito Federal apresenta o seguinte perfil: 54% dos visitantes que chegam a Brasília, vêm a trabalho, negócios ou eventos, enquanto 41% deles chegam a passeio.

De acordo ainda com a pesquisa, o turista que vem ao Distrito Federal chega de avião, sozinho, em sua maioria marca as viagens diretamente nas empresas aéreas e retira pessoalmente seu bilhete de embarque. Desses turistas, 65% é do sexo masculino, casado e com idade média entre 20 a 50 anos. A maioria tem curso superior completo e 99% deles declarou que retornaria à cidade.

O turista que visita Brasília gasta mais com alimentação, hospedagem, compras, diversão e transporte. Considera a capital brasileira como a cidade que oferece serviços e produtos mais caros em comparação com outras cidades do País. O turista do Distrito Federal gasta, em média, R\$ 265,00 por dia. Outro dado revelado pela pesquisa é que 48% dos turistas de Brasília se hospedam em hotéis; 36% na casa de amigos; e 9% deles regressam à cidade de origem no último vôo do dia.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme se mencionou anteriormente, a proposta que se constituiu objeto de análise desta monografia buscava compreender em que medida e até que ponto o segmento de hotelaria de Brasília se encontra capacitado e habilitado para responder aos novos desafios impostos ao setor pelo público-alvo qualificado como a Melhor Idade.

Nesse sentido, realizou-se estudo de caso com base em metodologia já descrita, tendo sido possível coletar uma série de dados e informações aqui já analisados. Partiu-se do pressuposto de que o referido setor não se encontra apto a responder adequadamente a esse desafio, por se tratar de um público seletivo e, portanto, exigente, que requer atenção especial em termos de saúde, higiene, locomoção, alimentação, entretenimento, acomodação, entre outros aspectos que caracterizam um tratamento especializado.

Assim, entre os itens analisados observou-se que o setor hoteleiro de Brasília é de qualidade, moderno, bem localizado e está se ampliando consideravelmente, para atender ao seu principal público-alvo, qual seja, o turista de negócios. Entretanto, o Brasil é um País onde a população está em processo de envelhecimento, o que leva a crer que em pouco tempo o nicho de mercado da Melhor Idade representará um potencial turístico extremamente significativo.

O turismo para a Melhor Idade, quando devidamente planejado e orientado propicia diversos benefícios para hotelaria, tais como, ocupação das unidades habitacionais em baixa estação, qualificação da mão-de-obra local e valorização do patrimônio cultural, tendo como conseqüências, por um lado, a diminuição dos impactos econômicos negativos da sazonalidade, e por outro, preservando ou até ampliando emprego e renda.

Dessa forma, o turismo da Melhor Idade caracteriza-se como um excelente segmento de mercado, uma vez que o seu participante dispõe de tempo, poder aquisitivo e desejo de conhecer e usufruir o novo. Em que pese a

constatação de sua atual condição de incompletude para atender, de maneira eficiente, ao turista da Melhor Idade, no entanto, por meio deste estudo de caso, percebe-se que há, declaradamente, interesse por parte dos empresários desse segmento econômico, em promover mudanças.

Não obstante o fato de Brasília encontrar, no turismo de negócios sua principal vocação, ressalta-se, porém, que em função de sua história e de sua moderna arquitetura tem também potencial para o turismo cívico e para o turismo místico-religioso. Além disso, a rica biodiversidade do Cerrado pode potencializar o eco-turismo. Portanto, os serviços de Turismo e seus congêneres devem se desenvolver para que possam ser devidamente explorados transformando assim, a Capital Federal em importante centro turístico, voltado, especialmente para a Melhor Idade.

Finalmente, pode-se inferir que a Capital Federal dispõe de caracterização adequada para ser um destino turístico atraente ao público da Melhor Idade, pois possui vários elementos necessários para promover este segmento de turismo, com boas perspectivas de sucesso. Porém deve-se ressaltar que algumas estratégias devem ser implementadas no sentido de incrementar o turismo para a Melhor Idade. Especialmente no que diz respeito à infra-estrutura, alguns detalhes merecem ser observados, como a construção de rampas de acesso, acomodações confortáveis e adaptadas, áreas de lazer como sala de TV, salões de jogos e salas de estar. Outro fator importante é a estruturação de um setor de enfermagem com atendimento durante vinte e quatro horas por dia com supervisão médica permanente. Ainda em relação ao fator saúde, uma alimentação balanceada acompanhada por nutricionistas pode propiciar uma vida mais saudável ao turista da Melhor Idade. Ao promover essas transformações, o segmento hoteleiro de Brasília certamente se tornará um lugar interessante para o turista da Melhor Idade.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABAV – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DE TURISMO. **Conventions News. Edição Especial.** AGO/SET., 2001.

ANDRADE, J. V. **Turismo: Fundamentos e Dimensões.** São Paulo: Ática, 1998.

BAPTISTA, M. **O Turismo na Economia: uma abordagem técnica, econômica, social e cultural.** Portugal: Instituto Nacional de Formação Turística, 1990.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo.** São Paulo: SENAC, 2000.

BERNER, L.; MAILLOUX, P. D. **Pessoas idosas: uma abordagem global.** Luso Cidade, Lisboa, 1995.

CAMARA, V M. Hotel para idosos em Copacabana. **O Globo.** 9 MAR.1995. p 4.

CORTES, C. AIDS: Agora na 3ª Idade. **ISTO É,** Rio de Janeiro, n. 1667. 12 SET. 2001. p. 76-77.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo.** São Paulo: Futura, 1998.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **Manual Operacional do Clube da Maior Idade** 1996.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **O Turismo na Economia Nacional: a Revolução Silenciosa.** Florianópolis: Letras Brasileiras, 2000.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **A terceira idade no turismo. Folha do Turismo.** SET. 2001a. p. 44-45.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **Hotelaria. Folha do Turismo.** SET. 2001b. p. 39.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **Manual de recepção e acessibilidade de pessoas portadoras de deficiência a empreendimentos turísticos.** 2001c.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **Anuário Estatístico.** vol. 28. Brasília, 2001d.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **Perfil do Turista do Distrito Federal.** Brasília, Convention Visitors & Bureau, 2002.

FREITAS, C. Construção. **Brasília 40 anos,** Brasília, 21 ABR. 2000. p. 51-53.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico – 2000.** Disponível na Internet em <http://www.ibge.com.br> Acesso em: 20/07/2002.

MAGALHÃES. M; TANNURI. D. O idoso e o Brasil de amanhã. **Jornal de Brasília.** 28 SET. 2001. p.10.

NEVES. H. Brasília recebe o 29º congresso da ABAV. In: **Brasilturis.** Informativo da Indústria Turística Brasileira. São Paulo: Edituris, n. 466. OUT. 2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO – OMT. **Desenvolvimento de Turismo Sustentável: Manual para Organizadores Locais.** Brasília, sd.

PORTNOW, J.; SAMUELS, A.J. Tratamento Domiciliar. In: Calkins E., Ford A. B., Katz P. **Geriatría Prática.** Rio de Janeiro: Revinter, 1997.

SEBRAE. **Turismo: Tendências e Novas Tecnologias.** Série Produto Turístico, vol 3. Porto Alegre, 2001.

SEBRAE. **Turismo Para a Terceira Idade.** Série Desenvolvendo o Turismo. vol. 7. Porto Alegre, 1999.

SILVA, F. S. S. **Turismo e Psicologia no Envelhecimento.** São Paulo: Ed. Roca, 2002.

VELHOS AMIGOS. Disponível na internet em: <http://www.velhosamigos.com.br> Acesso em: 20/05/2003.

## **ANEXOS**

## ANEXO A

### Questionário

#### ***Sobre Segurança:***

01. Possui circuito interno de TV:

Sim     Não

02. Gerador de emergência com partida automática:

Sim     Não

03. É dado treinamento aos funcionários para que os mesmos saibam lidar com situações de incêndio e pânico:

Sim     Não

04. Cobertura contra roubos, furtos e responsabilidade civil, divulgada para o hóspede:

Sim     Não

#### ***Sobre Saúde e Higiene:***

05. Tem equipamentos de primeiros socorros:

Sim     Não

06. Tem serviços de atendimento médico de urgência:

Sim     Não

07. Faz tratamento de resíduos:

Sim     Não:

08. Imunização permanente contra insetos e roedores:

Sim     Não

09. Higienização do alimento *in natura* antes do armazenamento:

Sim     Não

10. Esterilização de equipamentos (roupas de cama / mesa / banho; louças e talheres; sanitários):

Sim     Não

***Sobre Conservação e Manutenção:***

11. Programas de prevenção e controle para conservação / manutenção:

Sim     Não

12. Oficina de manutenção:

Sim     Não

13. Todas as áreas em condições adequadas de conservação / manutenção:

Sim     Não

***Sobre Atendimento ao Hóspede:***

14. Atendimento especial para a Melhor Idade:

Sim     Não

15. Facilidades de atendimento para os idosos e portadores de necessidades especiais;

Sim     Não

16. Divulgação dos compromissos e serviços oferecidos ao hóspede:

Sim     Não

17. Serviço de reservas 24 horas:

Sim     Não

18. Serviço de messageiros 24 horas:

Sim     Não

**Sobre Lazer:**

19. Sala de ginástica com instrutor:

Sim     Não

20. Ambiente reservado para leitura, visitas, jogos e outros:

Sim     Não

21. Sauna seca ou a vapor, com duchas e sala de repouso:

Sim     Não

22. Piscina com guarda-vidas, em condições e locais específicos:

Sim     Não

**Sobre o Atendimento voltado ao idoso/portador de necessidades especiais**

23. Equipamentos apropriados para atender às necessidades dos idosos / portadores de necessidade especiais:

Sim     Não

24. Qualificação profissional (mão-de-obra especializada) para atender ao público da Melhor Idade:

Sim     Não

25. Serviço de nutricionista que ofereça uma alimentação especial:

Sim     Não

26. Serviço de transporte para o idoso:

Sim     Não

27. Programação voltada para Melhor Idade:

Sim     Não

28. Projetos voltados a atender à Melhor Idade:

Sim     Não

29. Análise de mercado sobre o potencial turístico da Melhor Idade:

Sim     Não

30. Interesse em atender basicamente esta demanda de mercado:

Sim     Não

**ANEXO B**  
**Fotografias**



Fotografia n° 1: Fachada do Hotel Cristal Palace





Fotografia nº 2: Entrada principal do Hotel



Fotografia nº 3: Painel demonstrativo com a estrutura do Hotel



Fotografia n° 4: *Hall* do hotel



Fotografia nº 5: sala de Televisão (coletiva)



Fotografia nº 6: Sala de jogos e leitura



Fotografia n° 7: Sala de jantar



Fotografia n° 8: entrada dos quartos (corredor)



Fotografia n° 9: detalhe do interior de um quarto



Fotografia n° 10:  
Equipamentos disponíveis (detalhe da cabeceira de uma cama)



Fotografia n° 11: Interior do banheiro (detalhe do box com barra de segurança)



Fotografia n° 12: detalhe do interior de um armário com cofre



Fotografia nº 13: terraço com área para banho de sol