

**Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo**

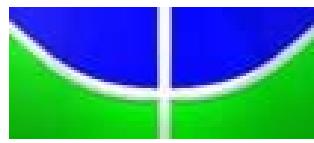
Pós-graduação *Lato Sensu*

Curso de Especialização em Economia para o Turismo

ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO: UM NOVO DESAFIO PARA A ECONOMIA DO TURISMO NO BRASIL

JORGE ALEXANDRE DE SOUSA MACHADO

Brasília – DF
Setembro/2006



**Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo**

Pós-graduação *Lato Sensu*

Curso de Especialização em Economia para o Turismo

**ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO: UM NOVO DESAFIO PARA A
ECONOMIA DO TURISMO NO BRASIL**

JORGE ALEXANDRE DE SOUSA MACHADO

Maria de Lourdes R. Mollo,
Doutora
Professora Coordenadora

Jorge Madeira Nogueira,
Doutor
Professor Orientador

Antonio Nascimento Junior
Mestre
Professor Examinador

Trabalho apresentado em cumprimento às exigências acadêmicas parciais do curso de pós-graduação *lato sensu* em Economia para o Turismo para a obtenção do grau de Especialista

Brasília – DF
Setembro/2006

Machado, Jorge Alexandre de S.

Envelhecimento da População: Um novo desafio para a economia do turismo no Brasil/Jorge Alexandre de S. Machado.

Monografia – Curso de Pós-Graduação em Economia para o Turismo
Brasília – DF, setembro de 2006.

Área de Concentração: Economia do Turismo

Orientador: Prof. Dr. Jorge Madeira Nogueira

1. Economia 2. Turismo 3. Demografia 4. Idoso 5. Envelhecimento

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha mãe que, já idosa, vivencia uma fase ativa como uma continuidade de todo um longo ciclo de vida e não como uma fragmentação da existência; aos meus irmãos que, em futuro próximo, farão parte dos novos idosos que irão vivenciar uma velhice saudável, produtiva e plena de realizações; aos meus filhos, que ao final do horizonte temporal previsto neste estudo estarão próximos de se tornarem os idosos do futuro, para que procurem desde já construir um mundo melhor e cuidar de si para terem na velhice cada vez mais qualidade de vida; a todos os idosos que com sua longevidade passam a erguer a bandeira de mais uma vitória do ser humano no caminho que sempre trilhou rumo à imortalidade.

AGRADECIMENTOS

Ao Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília-Unb pela oportunidade de participar do curso de pós-graduação em Economia para o Turismo que trouxe atualização e conhecimentos específicos aplicáveis de imediato na área de atuação profissional; à Bancorbrás, pela indicação, à Coordenadora do curso Professora Dra. Maria de Lourdes Rollemburg Mollo; aos professores de cada módulo, em especial ao Professor Dr. Jorge Madeira Nogueira, que orientou este trabalho, pelos conhecimentos transmitidos sempre com muita objetividade e dedicação; à minha família, pelo apoio e estímulo, em especial aos meus filhos, que sempre foram a motivação maior de todas as minhas buscas de crescimento.

RESUMO

A população mundial está envelhecendo a ritmo acelerado. Isso forma um novo cenário que altera substancialmente a forma como a economia e a sociedade internacionais estão estruturadas. O Brasil vinha sendo considerado um país de jovens até recentemente. Hoje, no entanto, ele observa um processo acelerado de envelhecimento de sua população. As origens desse processo foram a queda da taxa de fecundidade a partir de 1960, que vem reduzindo a quantidade de filhos por mulher, e a marcante redução da taxa de mortalidade desde 1940. Estima-se para os próximos trinta anos, um aumento em mais 30 milhões de brasileiros com idade superior a 60 anos e a redução do percentual da população jovem, com menos de 15 anos. Esse quadro promove impactos econômicos significativos. Esses impactos são particularmente expressivos na atividade turística, pela quantidade de setores que movimenta na economia. Os novos desafios para o turismo devem ser objeto de análise mais profunda para identificar-se as adequações necessárias desde já, especialmente no que se refere à oferta turística. Além disso, mercado de trabalho, renda, custos, preços, saúde e educação terão reflexos tão significativos pela alteração da pirâmide etária da população que devem exigir políticas públicas específicas, objetivando não só a eliminação de falhas de mercado como também a promoção de maior justiça social para um segmento historicamente isolado.

1. Economia 2. Turismo 3. Demografia 4. Idoso 5. Envelhecimento

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	01
2. O IDOSO COMO CONSUMIDOR DE TURISMO.....	05
2.1 IDOSO	05
2.2 TURISMO	09
2.3 TURISMO DO IDOSO.....	12
2.4 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE TURISMO IDOSO.....	15
3. CONSEQÜÊNCIAS ECONÔMICAS DE MUDANÇAS NA PIRÂMIDE ETÁRIA DE UMA POPULAÇÃO.....	23
3.1 TRANSIÇÃO DEMOGRÁFICA.....	24
3.1.1 POPULAÇÃO IDOSA.....	24
3.1.1.1 RENDA.....	25
3.1.1.2 GÊNERO.....	26
3.1.1.3 ENVELHECIMENTO DOS IDOSOS.....	27
3.1.2 POPULAÇÃO DE 0 A 14 ANOS.....	28
3.1.3 MUDANÇAS NA PIRÂMIDE ETÁRIA.....	30
3.2 IMPACTOS ECONÔMICOS.....	32
4. AS POTENCIAIS MUDANÇAS NA OFERTA TURÍSTICA PARA UMA POPULAÇÃO IDOSA.....	34
4.1 AS CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DA OFERTA TURÍSTICA ATUAL.....	37
4.2 O IDOSO E OS ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	39
4.3 EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS E O IDOSO.....	41
4.3.1 ACESSIBILIDADE AO HOTEL, A RESTAURANTES, LANCHONETES E BARES.....	42
4.4 INFRA-ESTRUTURA DE APOIO TURÍSTICO E O IDOSO.....	45
4.5 POLÍTICA DE TURISMO PARA O IDOSO.....	46
5. CONCLUSÃO.....	50
REFERÊNCIAS.....	57

LISTAS DE ILUSTRAÇÕES

TABELA 1 Projeção da população acima de 60 anos (2006-2036).....	24
TABELA 2 Idosos residentes em domicílios particulares, por grupos de idade, comparados ao rendimento médio mensal familiar per capita em salário mínimo.....	26
TABELA 3 Motivos para realização da principal viagem doméstica.....	38
FIGURA 1 Curvas de Indiferença - Qualidade e Conforto X Atividades de Lazer.....	17
FIGURA 2 Linha de Orçamento.....	18
FIGURA 3 Maximização da Satisfação.....	19
FIGURA 4 Evolução da população brasileira acima de 60 anos (2006-2036)....	25
FIGURA 5 Evolução da quantidade de homens e mulheres idosos no período de 1980 a 2036.....	27
FIGURA 6 Evolução % dos idosos com 80+ na composição do grupo acima de 60 anos.....	28
FIGURA 7 Evolução % dos jovens de 0-14 anos na população brasileira (1980-2036).....	29
FIGURA 8 Evolução % da razão de dependência de jovens e idosos da população economicamente ativa	30
FIGURA 9 Alterações da pirâmide etária da população brasileira (1980-2036).....	31

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo analisa os desafios econômicos para o turismo da alteração do padrão demográfico da população brasileira em virtude do seu envelhecimento. Para efeito de horizonte temporal de avaliação de desafios limita-se o estudo aos próximos 30 anos. Na medida em que se analisam as consequências econômicas das mudanças da pirâmide etária da população brasileira, o estudo analisará, também, informações sobre as necessidades de adequação dos meios de hospedagens à população idosa. Especial atenção é dada à acessibilidade desse tipo de turista, que nessa fase da vida precisa ter facilidades de locomoção e acesso, entre outros cuidados.

Atualmente, o turista nacional tem, na sua maioria, entre 30 a 40 anos de idade, segundo a FIPE - EMBRATUR/DEPEM. Considerando o aumento acelerado da expectativa de vida do brasileiro¹, da redução da taxa de mortalidade e da taxa de fecundidade deverá ser observado um incremento significativo do número de turistas da terceira idade, aqueles com idade acima de 60 anos, nos próximos anos². Isso exigirá, certamente, uma alteração sensível na oferta turística, com diversos impactos na economia do turismo. Identificá-los e, na medida do possível, quantificá-los são objetivos deste estudo.

Outro fator que se busca a partir dos resultados aqui apresentados é o estímulo ao desenvolvimento de políticas, programas e projetos turísticos voltados para o público da terceira idade. O setor turístico começa a olhar o turista de forma segmentada, identificando os seus principais interesses. Isso propicia um atendimento personalizado e focado em suas necessidades específicas. O idoso tem peculiaridades que justificam a especificação de características da oferta, com a

¹ De acordo com dados do IBGE, em 2004, a esperança de vida ao nascer no Brasil alcançou 71,7 anos. Segundo o Instituto, entre 1980 e 2004 a expectativa de vida do brasileiro experimentou um acréscimo de 9,1 anos, ao passar de 62,6 anos, para 71,7 anos. Assim, ao longo de 24 anos, a esperança de vida ao nascer no Brasil, incrementou-se anualmente, em média, em 5 meses (<http://www.ibge.gov.br>).

² O IBGE estima que em 2006 a expectativa de vida fique em 72,18 anos e em 2036 em 79,30 anos. Com base em projeções do Instituto, verifica-se que em 2006 a população maior de 60 anos representa 9% da população. Já em 2036, esse contingente passará a 19,14% dos brasileiros (<http://www.ibge.gov.br>).

criação de roteiros, novos destinos e meios de hospedagem. Por contar com uma maior disponibilidade de tempo, estima-se uma maior movimentação desse público.

Há que se considerar, também, que o aumento do contingente que hoje viaja em períodos de menor fluxo de turistas gera expectativa de redução nas flutuações da demanda nos períodos de alta e baixa temporada. Esse fato estimulará o engajamento imediato dos empresários em ações que antecipem as necessidades que serão indispensáveis em 30 anos. Só assim será possível viabilizar, sem grandes transtornos, a inclusão crescente desse público no turismo.

O estudo contribuirá, ainda, para o processo de formulação de políticas públicas. A partir de 2003, o turismo passou a ter ainda mais prioridade nas ações governamentais. As medidas iniciais nesse sentido foram a criação do Ministério do Turismo e o lançamento do Plano Nacional do Turismo – Diretrizes, Metas e Programas – 2003 – 2007 – PNT. Na mensagem que abre o PNT (2003, p. 4), o Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva observa que:

O turismo, pela natureza de suas atividades e pela dinâmica de crescimento dos últimos dez anos, é o segmento da economia que pode atender de forma mais completa e de maneira mais rápida os desafios colocados. Especialmente se for levada em conta a capacidade que o Turismo tem de interferir nas desigualdades regionais, amenizando-as, visto que, destinos turísticos importantes no Brasil estão localizados em regiões mais pobres, e, pelas vias do Turismo, passam a ser visitadas por cidadãos que vêm dos centros mais ricos do país e do mundo.

Para Lula, o setor é estratégico ao desenvolvimento nacional e deve ser utilizado, ainda, para combater desigualdades (PNT, 2003, p. 6):

A concretização deste compromisso coloca o setor como uma das grandes prioridades do governo, estando integrado à macro estratégia do país e cumprindo papel fundamental no desenvolvimento econômico e na redução das desigualdades sociais.

Entre as grandes desigualdades sociais no país, a questão do idoso tem destaque pela marginalização do indivíduo, considerado improdutivo, caro e, muitas

vezes, desnecessário, segundo Silva, 1998 (apud CASTRO, 1998, p. 18). Para ele, a velhice é uma questão social e a exclusão ocorre por ideologias, preconceitos e fatores econômicos, afirmando que: “a exclusão começa com a nossa própria concepção, construída coletivamente sobre a velhice”. Acrescenta que muitos projetos do governo preocupam-se somente com a qualidade no fim da vida e com a redução dos custos da manutenção dos idosos. Não obstante exista alguma preocupação com as condições de vida da terceira idade, quase nada é implementado para esse público.

Ficam evidenciadas, então, a relevância do tema de estudo e as diversas contribuições da presente pesquisa para o atual estágio de conhecimento científico e do processo de formulação de política pública para o setor de turismo. Por um lado, vislumbra-se a sua relevância social, na medida em que demonstra a viabilidade e, principalmente, a necessidade de inclusão imediata do idoso no turismo, com benefícios, não só a esse segmento como também para todo o *trade turístico* pela capacidade do setor de gerar emprego e renda. Por outro, preenche um hiato existente na literatura sobre economia do turismo, que pouco analisa as características e o comportamento do turista idoso.

Para desenvolver o presente estudo utilizamos a pesquisa documental, especialmente os dados estatísticos, para verificar as mudanças no padrão demográfico da população brasileira ao longo do tempo. De acordo com Lakatos e Marconi (2001, p. 174), a pesquisa documental é uma forma importante no processo de levantamento de dados:

A característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias.

Segundo as autoras, nesses casos, as fontes podem ser: arquivos públicos; arquivos particulares; e fontes estatísticas. Foi utilizada também a pesquisa bibliográfica para se obter o conhecimento necessário do que já foi estudado a respeito. Para Lakatos e Marconi (2001, p. 183):

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão.

A monografia está estruturada em quatro capítulos, além desta introdução. No início do trabalho traça-se um perfil do idoso e a sua caracterização como consumidor de turismo, avaliando-se as consequências para o *trade turístico* (meios de hospedagem, gastronomia, transportes e companhias aéreas) no atendimento à demanda desse segmento.

Em seguida, no Capítulo 3, mostram-se as consequências econômicas das mudanças no padrão demográfico da população brasileira, com o aumento expressivo do contingente de cidadãos acima de 60 anos e seus reflexos no setor de turismo. Já no capítulo 4, levantam-se as mudanças potenciais na oferta turística para a população idosa, tendo em conta, as características e as exigências desse segmento e as políticas públicas a serem desenvolvidas para a inserção desse segmento no turismo.

Tecem-se, então, as considerações finais, ressaltando-se os objetivos do estudo e as implicações para o setor público e privado, para o desenvolvimento de políticas públicas e infra-estrutura necessário para adequação ao novo cenário.

2. O IDOSO COMO CONSUMIDOR DE TURISMO

2.1 IDOSO

De acordo com o Estatuto do Idoso (Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003), é considerada idosa a pessoa com idade igual ou superior a sessenta anos. No artigo 3º, a Lei prevê a obrigação da família, da comunidade, sociedade em geral e do Poder Público de priorizar aos idosos direitos fundamentais, como os relativos à vida, à saúde, ao lazer, à cidadania, à liberdade, entre outros citados no dispositivo legal. Embora a legislação busque assegurar direitos e benefícios a esse segmento mais vivido da população, a sociedade ainda vê o idoso com preconceitos, temores e o coloca em uma posição de exclusão social. Dias, 1995 (apud CASTRO, 1998, p. 68) assinala que ser velho representa perdas sociais e biológicas e implica numa categoria de excluídos das relações sociais e de produção.

Lash (apud SILVA, 2002, p. 3) avalia que as condições de vida dos idosos são freqüentemente associadas à deterioração e ao descaso e entende que a repulsa da sociedade ao processo de envelhecimento é na verdade o medo da morte que a velhice indica como proximidade do fim. Segundo Beauvoir, 1970 (apud SILVA, 2002, p. 5) “o velho pode ser definido como um indivíduo que tem uma longa vida às suas costas e uma esperança de sobrevivência muito limitada à sua frente”. Essa fase também é vinculada às perdas. Muito embora em toda a vida possa se experimentar perdas, o velho as vivencia com mais intensidade pela separação dos filhos, que constroem uma vida independente, pela viuvez, pela aposentadoria e pela morte de parentes e amigos.

A velhice, também, marginaliza o indivíduo pela sua inatividade e carrega o peso de estar sempre associada à morte e à doença. Fromer e Vieira (2003, p. 20) afirmam que apesar de o idoso ser considerado também sábio, experiente e sensato a imagem que prevalece é a da decadência, da incapacidade e da decrepitude. Mas nem sempre o velho foi considerado de forma depreciativa. Nas sociedades primitivas a longevidade era considerada como algo sobrenatural e o ancião era tido como privilegiado e ocupava lugar de destaque, admirado pela sabedoria e

experiência. A velhice para essas sociedades tinha caráter sagrado. Na cultura chinesa, a vida longa era vista como o fim supremo do homem e os velhos também eram reverenciados. Os Incas e Astecas, além de terem muito respeito pelos idosos ainda consideravam-no responsabilidade pública e glorificavam-no em contos e lendas. Já os romanos reservavam uma autoridade especial para os idosos: a de “pater família”, ou seja, o chefe absoluto que controlava a família com poderes sem limites (LORDA e SÁNCHEZ, 1998, p. 5-6).

Na Grécia antiga, no entanto, com seu ideal de beleza, força e juventude, conforme lembram Lorda e Sánchez (1998), os idosos ficavam em segundo plano. Para os autores muito dos temores e preconceitos atuais sobre a velhice vêm de culturas antigas como a grega. Os deuses, além de serem considerados imortais, eram belos e dotados de força e energia. A morte e a velhice para os gregos eram consideradas os dois maiores males da vida, além de serem inevitáveis. Consideravam a velhice maldita e patética e nas comédias tratavam-na como ridícula e repulsiva. Havia, no entanto, divergências de opinião no que se refere aos filósofos gregos. Sócrates não desejava a longevidade com medo das consequências como a surdez, a cegueira e a falta de memória, que eram na sua concepção o tributo da velhice. No entanto, Platão acreditava que o idoso, nessa fase, alcançava prudência, sensatez e astúcia.

Tornou-se, assim, recorrente ao longo da história da humanidade a busca da imortalidade e da eterna juventude. O rei sumério Gilgamesh, que governou a Babilônia por volta do terceiro milênio antes de Cristo, buscou por toda a vida a eternidade. Diz a epopéia de Gilgamesh que ele, orientado pela esposa de Utnapishtim (o Noé bíblico), foi buscar nas profundezas do mar uma planta, que podia conservar a juventude a quem a comesse. Quando conseguiu, resolveu compartilhá-la com os anciãos de sua cidade, mas no caminho uma serpente roubou-a e a comeu. Isso fez com que se perdesse para sempre o segredo da imortalidade.

Outra lenda que revela o horror à velhice também em algumas culturas antigas é a de Titono, da mitologia grega. A deusa Aurora, apaixonada por Titono, filho do rei de Tróia Laomenonte, pede a Júpiter que conceda ao seu amado a

imortalidade. Como não houvesse pedido para manter a juventude, após algum tempo, Titono ficou velho e Aurora abandonou o amante. Depois de mantê-lo trancado nos aposentos e vendo-o sofrer por já não poder mais se locomover, Aurora transformou-o em um gafanhoto (BULFINCH, 2001, p. 249).

De acordo com Lorda e Sánchez (1998, p. 9) o período do cristianismo retrata uma imagem nada favorável à velhice como pode ser visto no evangelho e nas epístolas. Segundo os autores, “se associava a decrepitude e a feiúra da velhice com a imagem do pecado”, além de se considerar o envelhecimento como a herança de Adão, por ele ter optado pelo sofrimento e a morte, ao invés do paraíso e da vida eterna.

Na Idade Média os idosos eram subjugados pelos mais fortes e passavam a ser escravos e serviçais. Por outro lado, na pintura e na escultura surgiam grandes nomes de anciãos que revolucionaram as artes e deixaram um legado para a humanidade como: Leonardo da Vinci e Miguel Ângelo que permaneceram ativos em seus trabalhos até idades bem avançadas. A partir do século XVI a adoração e o culto à beleza e à juventude dão origem a uma busca incessante por métodos para prolongar a vida e a juventude, seja por meio da medicina, da magia ou da bruxaria. Mesmo com o advento do pensamento científico que tomava corpo nos séculos XVI e XVII, permanecia a mesma forma de se louvar a juventude e rejeitar a velhice.

Os séculos XVII e XVIII foram marcados pelos avanços no campo da fisiologia, anatomia, patologia e química, mas foi no final do século XIX que os avanços no campo da medicina permitiram apartar os conceitos de velhice e enfermidade no velho. A Gerontologia surge com o fim de estudar cientificamente o processo de envelhecimento e seus aspectos fisiológicos, sociais e psicológicos. A Geriatria aparece com o foco nas enfermidades e mudanças da velhice, concentrando-se mais nos aspectos relacionados com a saúde do indivíduo idoso (LORDA E SÁNCHEZ, 1998, p. 12).

O século XX foi caracterizado por uma verdadeira revolução tecnológica e científica que possibilitou um salto no processo industrial, no conhecimento humano e nos avanços das ciências, especialmente a medicina. No entanto, apesar de que

os aspectos sociais, biológicos e psicológicos envolvendo a velhice passaram a ser objeto de estudos e de novos entendimentos, a sociedade ainda estigmatiza o idoso com muitos dos conceitos e preconceitos de tempos remotos e o marginaliza.

Atualmente, se exalta, cada vez mais, o belo e o jovem, a força e a energia e ainda se vivencia mudanças em uma velocidade crescente, graças aos avanços tecnológicos que renovam produtos, conceitos e modelos em tempos cada vez menores. Os cidadãos se acostumam a dar preferência ao novo em detrimento ao velho. A renovação é tão rápida que acaba por fazer com que se despreze tudo o que se torna velho ou ultrapassado. Diz Fromer e Vieira (2003, p. 24) “o conhecimento passa a ser um bem que se deteriora rapidamente em face da velocidade com que se sucedem as inovações”. Isso acaba repercutindo no idoso e tornando muitas vezes irrelevante um dos seus principais atributos: a experiência.

No entanto, o idoso de hoje também passa por um processo de mudança significativa. Segundo Fromer e Vieira (2003, p. 29-30), o indivíduo que chega aos 60 anos, atualmente tem condições bem diferentes da de seus pais. Aumentou sua expectativa de vida, melhoraram suas condições sociais no que se refere à saúde e à educação e há maior disposição para participar de forma ativa da vida social. Esse novo comportamento o inseriu em um mercado produtivo que começa a ver nesse público um segmento com desejos e necessidades a serem atendidas.

Com isso, há a preocupação em acabar com o estigma que o persegue há séculos, criando novos termos para substituir a palavra velhice ou outras que lembrem o caráter pejorativo associado ao idoso. No entanto, para Fromer e Vieira (2003, p. 16) os novos termos como terceira idade³, maior idade, idade de ouro, melhor idade embora transmitam idéia de bem-estar, são esvaziados de sentido. Acresentam que a mídia, o mercado e a população consagraram a expressão terceira idade, que dá idéia de fragmentação de vivências, por pressupor uma primeira e uma segunda idade, e no entendimento dos autores o processo de envelhecimento é um processo contínuo dentro da experiência humana.

³ A expressão surgiu na França, na década de 70, quando da criação das “Universités du Troisième Age”. A convenção foi aceita em nível mundial, em substituição ao termo velhice (FROMER E VIEIRA, 2003, p. 17-18)

O idoso do século XXI é ativo, tem planos e projetos e quer exercer sua cidadania. Além disso, vem crescendo a taxas significativas. A estimativa do IBGE é de que o percentual de idosos passe dos atuais 9% da população para 19,4% em 2036, representando mais de 47 milhões de pessoas. Fromer e Vieira (2003, p. 31) acreditam que esse segmento tende a se firmar pela sua influência nos debates de questões nacionais, pelo seu crescente poder de decisão e pelo seu potencial de consumo.

2.2 TURISMO

Conforme Ansarah (org.) (2001, p. 18), a primeira definição adotada pela Comissão de Estatística da Liga das Nações em 1937 serviu de base para outras definições e conceituou turista internacional como a pessoa que visita um país que não seja o de sua residência por um período de, pelo menos vinte e quatro horas. Posteriormente, a OMT (apud ANSARAH (org.), 2001, p. 18) passou a adotar o conceito de turistas, para os visitantes temporários que permanecem mais de 24 horas no país visitado, e excursionistas, aqueles que ficam menos de 24 horas. Em 1994, a OMT (apud ANSARAH (org.), 2001, p. 20) adotou a definição de turismo como as viagens realizadas em tempo inferior a um ano, com a finalidade de lazer, negócios e outros.

Para Mathieson e Wall, 1990 (apud LAGE; MILONE, 2001, p. 45) o conceito de turismo tem que abranger:

O movimento temporário de pessoas para locais de destinos externos a seus lugares de trabalho e moradia; as atividades exercidas durante a permanência desses viajantes nos locais de destino, incluindo os negócios realizados; e as facilidades, os equipamentos e os serviços criados, decorrentes das necessidades dos viajantes.

Já Mota (2001, p. 43) prefere em sua definição dar ênfase às inter-relações que a atividade pode gerar entre os núcleos emissores e receptores, quando diz:

Turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento temporário e voluntário de um ou mais indivíduos que por uma complexidade de fatores que envolvem a motivação humana, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exerçam atividades lucrativas ou remuneradas, gerando múltiplas inter-relações de importância cultural, sócio-econômica e ecológica entre os núcleos emissores e receptores.

Eliminando a polêmica de tempo de permanência ou de motivação de viagem, Bacal, 2003 (apud FROMER E VIEIRA, 2003, p. 59) propõe a seguinte definição:

Turismo é o conjunto de atividades e relações existentes nos deslocamentos temporais voluntários, realizado pelo afastamento da morada permanente – por diferentes motivos – com intenção de retorno e a utilização total ou parcial dos bens e serviços orientados para a satisfação dos viajantes.

Lage e Milone (2001, p. 50, 55) afirmam que “o principal requisito para o desenvolvimento de produtos turísticos é a compatibilidade de objetivos e de esforços combinados dos quatro grupos de agentes envolvidos nas atividades turísticas”, quais sejam:

- os turistas – que sujeitos a restrições orçamentárias procuram maximizar sua satisfação pelo consumo de produtos turísticos;
- as empresas turísticas – que sujeitas às limitações de seus processos produtivos buscam a maximização de seus lucros, oferecendo bens e serviços que o mercado turístico demanda;
- o governo – que vê o turismo como um fator econômico, gerador de empregos e receitas, além de divisas oriundas do turismo internacional e aumento na arrecadação de impostos;
- a comunidade anfitriã – que reconhece o turismo como fonte econômica de renda local, além dos fatores culturais proporcionados pela interação entre residentes e visitantes.

Os gastos com o turismo vão propiciar impactos econômicos classificados por Lage e Milone (2001, p. 128) como:

- impactos diretos: aqueles decorrentes da renda gerada nos setores turísticos como resultado direto da variação dos gastos com esses produtos;
- impactos indiretos: os decorrentes da renda gerada pelos gastos dos setores de turismo em bens e serviços produzidos e ofertados na economia;
- impactos induzidos: aqueles que pelos impactos diretos e indiretos das variações dos gastos turísticos promovem o aumento dos níveis de renda em toda a economia.

Esses impactos decorrem do efeito multiplicador que a variação do nível de uma atividade promove no de outras atividades. A intensidade das relações intersetoriais é que dará a dimensão desse efeito múltiplo na economia. No caso do multiplicador do turismo é possível mensurar os níveis de renda, de emprego, do produto e da entrada e saída de divisas do país, a partir das variações verificadas nos gastos com o turismo (LAGE e MILONE, 2001, p. 127).

Lage e Milone (2001) citam alguns impactos positivos que o turismo pode proporcionar na economia de um país, quais sejam:

- aumento da renda do local visitado pela entrada de divisas;
- estímulo a investimentos e geração de empregos;
- contribuição para a redistribuição de riquezas;
- efeito multiplicador;

Por outro lado, relacionam também os impactos negativos, a saber:

- gera pressão inflacionária
- pode causar dependência de algumas localidades somente do turismo;
- custos sociais e ambientais;
- priorização de investimentos em turismo em detrimento de outros setores também prioritários, como educação, saúde, transporte, moradia, entre outros.

Por meio da matriz de insumo-produto, baseada na economia brasileira em 1999, Casimiro Filho & Guilhoto (2002) demonstram os impactos econômicos do

turismo na economia brasileira. Concluem que os setores-chaves para o turismo, responsáveis pelo impacto positivo na economia são os seguintes:

- Transporte aéreo, regular e não-regular;
- Agência e organizadores de viagens;
- Atividades auxiliares ao transporte aéreo;
- Estabelecimentos hoteleiros e outros tipos de alojamento temporário;
- Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação.

Esses setores necessitam de investimentos inferiores aos da indústria para alavancar resultados e ainda contribuem fortemente para o equilíbrio ou superávit da balança de serviços. O setor de turismo apresenta uma boa contribuição para o valor adicionado e pessoal ocupado, pois é intensivo em trabalho, gerando emprego e renda. Um aumento na demanda por turismo gera muito mais renda e empregos na economia como um todo que os demais setores da economia em sua média, por isso, o turismo agrega mais valor que os demais e favorece a distribuição de renda (CASIMIRO FILHO e GUILHOTO, 2002).

2.3 TURISMO DO IDOSO

O idoso, que hoje, além de ser mais ativo, tem condições bem diferentes de outras épocas, pode ser consumidor de vários produtos turísticos, desde que atendam às suas preferências e estejam compatíveis com o seu orçamento. Vimont (apud FROMER E VIEIRA, 2003, p. 36) argumenta que o idoso dispõe do que ele chama de “triângulo mágico”: tempo, dinheiro e saúde. Segundo dados do autor, os franceses com mais de 60 anos são responsáveis por 60% das viagens organizadas, 70% das compras de *camping-cars*, compram 80% dos carros de alto padrão e 50% dos produtos de beleza. Já os idosos alemães aumentaram suas despesas com lazer, de 1970 a 1989, de 6% para 10% do orçamento mensal e, de 1989 a 1992, o acréscimo da despesa anual com atividades de lazer foi de 26,98%.

No Brasil, apesar da grande desigualdade de renda, Vimont sinaliza que o crescimento desse segmento, alterando a pirâmide etária, propicia a maior participação no mercado consumidor. No mercado brasileiro de turismo ainda não há uma conscientização geral da importância desse consumidor. Também não há

estatísticas disponíveis sobre o consumo dessa parcela da população, especialmente no que se refere às despesas com turismo. São poucas as empresas que contemplam esse público, quando promovem a segmentação da oferta de seus produtos. Quase não se encontram anúncios das empresas do ramo de produtos voltados para o idoso. Quando há, são pacotes convencionais adaptados para o segmento, com itens considerados de interesse do idoso como: serestas, palestras sobre saúde, spa, para citar alguns exemplos.

O estigma da debilidade física e da inatividade, que acompanha o idoso desde a antiguidade, prejudica a visão das empresas da oportunidade de negócios que se vislumbra com o potencial de consumo dessa parcela da população. O perfil psicossocial e de consumo do idoso, conforme Fromer e Vieira (2003, p. 49, 80), revela um indivíduo mais bem disposto, que deseja bem-estar e satisfação pessoal e, por isso, investe cada vez mais em produtos que atendam a essas necessidades. No entanto, o mercado de agências oferece poucos produtos para os idosos e raramente algum elaborado para atender suas expectativas e interesses.

Segundo Jorge Sales (2003), presidente à época da Associação Brasileira de Agências de Viagens em Pernambuco (apud FROMER e VIEIRA, 2003, p. 52), esse tipo de turista não tem restrições de tempo, gosta de levar *souvenirs* do local por onde passa, não mede gastos quando se trata de conforto e compram pacotes completos com: hospedagem, alimentação e passeios, além de serem responsáveis pelos lucros na baixa estação, representando de 16 a 35% dos clientes das agências de viagens nesse período.

Dantas, 2001 (apud FROMER e VIEIRA, 2003, p. 53) observa que os grupos de idosos têm preferência por descanso, visitas a pontos turísticos e programas noturnos que tenham, além de música, dança e alerta que o idoso não gosta de ser visto diferente do turista comum, “ele quer se integrar e se divertir”. Garcia, 2001 (apud FROMER E VIEIRA, 2003, P. 66), descreve o comportamento do turista acima de 60 anos, relacionando um elenco das seguintes preferências desses indivíduos:

- realizam atividades em grupos, mas não obrigatoriamente com pessoas da mesma faixa etária;
- buscam qualidade e conforto, sendo mais críticos, seletivos e conscientes de seus direitos;
- buscam lugares novos;
- não gostam de ser tratados como incapazes, nem diferentes dos demais tipos de turistas.

O tempo livre do turista idoso é sem dúvida uma das características próprias do segmento que o diferencia dos demais e se vislumbra como uma das maiores oportunidades de negócios desde que se passe a promover a segmentação da oferta de turismo para o idoso. Esse tempo livre, ao contrário de épocas remotas, que significava isolamento, hoje é aproveitado para novos conhecimentos e para novos relacionamentos. O idoso valoriza mais do que nunca a qualidade de vida nessa fase.

Para Fromer e Vieira (2003, p. 65), o que mais impulsiona os indivíduos com mais de 60 anos a viajarem é o desejo de realizarem atividades que lhe dêem prazer e projetos que foram sendo adiados ao longo da vida. As viagens, para esse público, podem elevar a auto-estima, incentivar as interações sociais e a comunicação, além de “expandir o universo cognitivo mediante novas experiências vivenciais”. Para tanto, os autores recomendam algumas diretrizes a serem observadas quando do direcionamento da oferta ao público idoso:

- encarar esse público como um segmento atuante e participativo no mercado turístico, sem dirigir o produto apenas para o idoso. As outras faixas etárias devem ser integradas;
- realizar palestras para informar sobre os locais a serem visitados;
- oferecer supervisão médica como algo disponível para maior segurança do turista e não como acompanhamento contínuo do indivíduo;

- prever atividades físicas, cuja prática fique a critério de cada um;
- estimular a vivência de novas experiências;
- valorizar a individualidade;
- não condicionar a oferta à baixa temporada;
- cuidar da comunicação para evitar o reforço de preconceitos ou estigmas.

Acrescentando algumas observações de Silva (2002, p.67) há de se considerar ainda o seguinte:

- a maior parte do segmento é formada pelo sexo feminino;
- o caráter de intercâmbio tende a obter maior sucesso;
- deve-se evitar programas que incentivem as pessoas a falarem sobre doenças;

2.4 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE TURISMO IDOSO

Para avaliar como os consumidores idosos alocam sua renda no turismo entre diferentes produtos turísticos existentes no mercado, com a finalidade de maximizar o próprio bem-estar, é necessário destacar-se três conceitos básicos, enfatizados por Pindick e Rubinfeld (2002, P. 62-97):

- a) **Preferências do consumidor** - Entre variadas opções no mercado turístico e diferentes gostos, o consumidor pode preferir umas em detrimento de outras ou ser indiferente às opções. A teoria do comportamento do consumidor parte de três premissas básicas para definir como se dá a preferência do consumidor:

- I. **Integralidade** - define que as preferências são completas, ou seja, para duas opções A e B ou o consumidor dá preferência a opção A do que a B, ou vice-versa, ou ainda será indiferente, nesse caso em qualquer opção o consumidor estará satisfeito. Esse consumidor poderá preferir ir ao Rio do que a Salvador ou dar preferência a

Salvador do que ao Rio. Pode também ser indiferente, obtendo satisfação idêntica em ambas as localidades. No caso do idoso, a preferência ou a indiferença poderá estar vinculada ao grau de acessibilidade que ele terá aos equipamentos turísticos (hotéis, transportes etc);

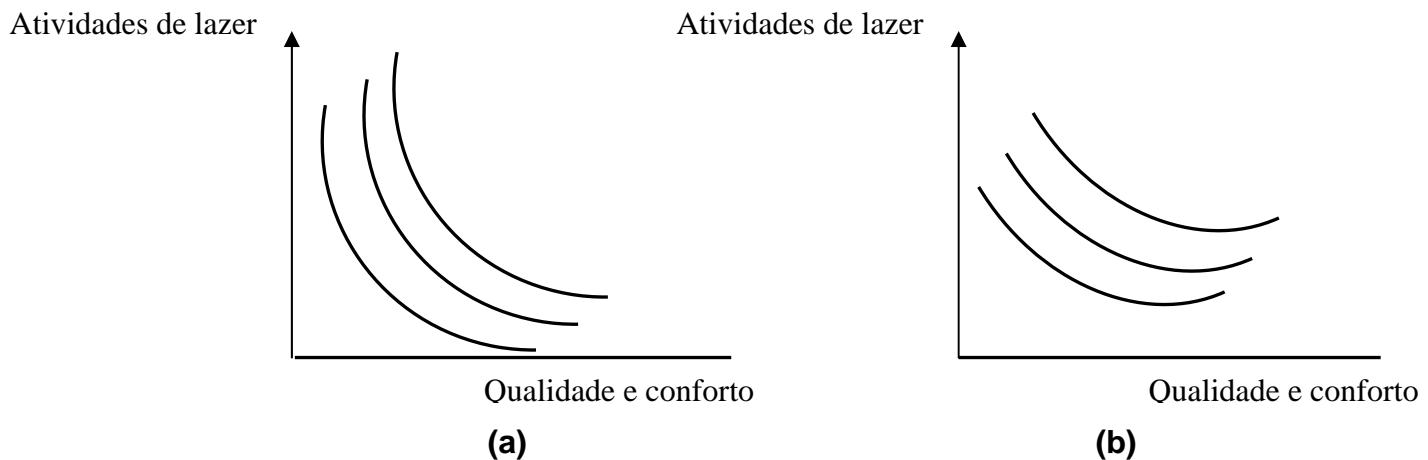
- II. **Transitividade** - se o consumidor prefere a opção A em detrimento da B e prefere B ao invés da C, isso implica que ele prefere A a C. Por exemplo, um consumidor pode preferir ficar hospedado em hotel ao invés de pousada, mas preferir pousada do que ficar em casa de amigos e parentes. Dessa forma ele também prefere ficar em hotel a se hospedar na casa de familiares ou amigos.
- III. **Mais é melhor do que menos** – os consumidores preferem quantidades maiores de cada mercadoria. No caso do turismo pode-se considerar que o turista prefere aquelas opções que têm a maior variedade de itens que lhe tragam satisfação.

A partir dessas premissas é possível traçar curvas de indiferença, que representam o conjunto de opções que geram o mesmo nível de satisfação para o consumidor. Além disso, é possível verificar atributos que o consumidor mais leva em consideração.

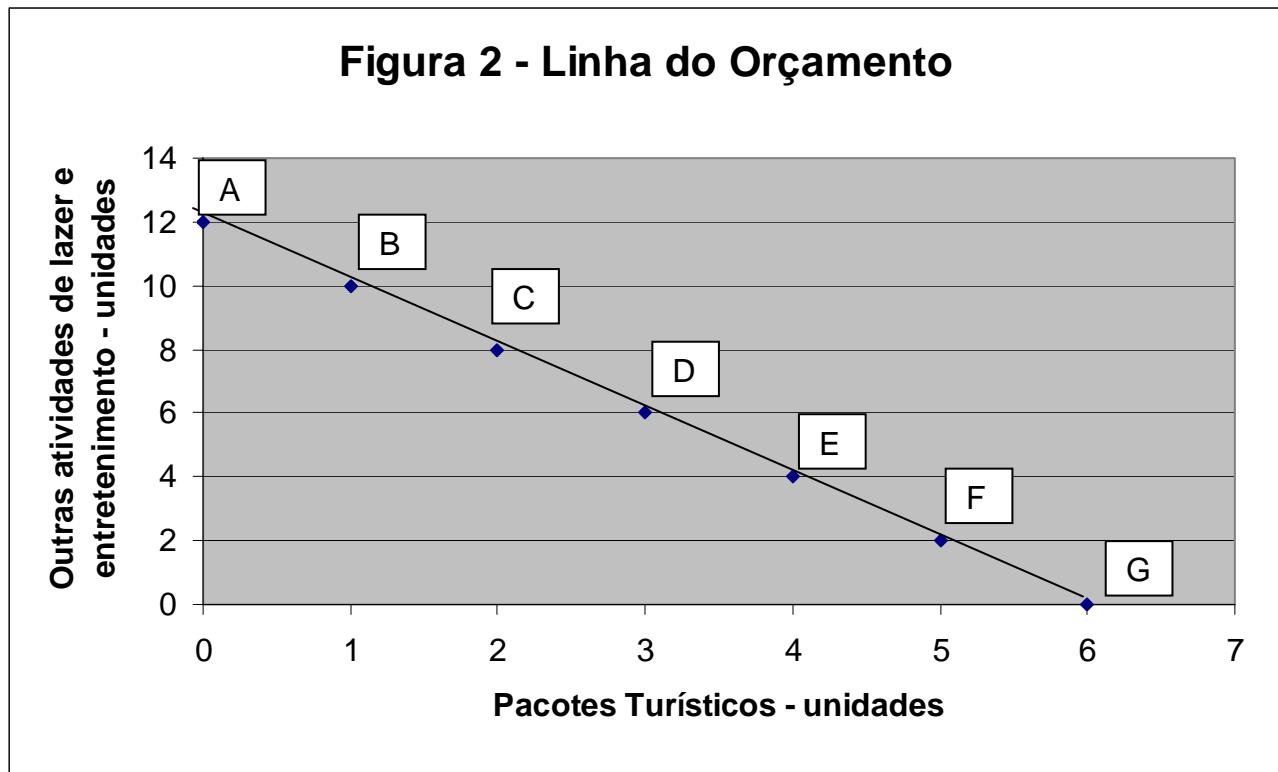
Na figura 1, os gráficos (a) e (b) contêm curvas que, ao longo do traçado, mostram combinações de qualidade e conforto em relação a atividades de lazer, que satisfazem plenamente o consumidor e por isso lhe é indiferente. No gráfico (a) os atributos qualidade e conforto são mais importantes para o consumidor, pois para cada unidade adicional ele está disposto a abrir mão de uma grande unidade referente a atividades de lazer. Isso é corroborado por Garcia, 2001 (apud FROMER E VIEIRA, 2003, P. 66) quando afirma que qualidade e conforto são alguns dos atributos que o idoso mais valoriza. Já o gráfico (b) revela que aquele consumidor aceitaria abrir mão de qualidade e conforto para obter mais atividades de lazer. É o caso dos jovens, especialmente no carnaval e feriados prolongados em algumas

regiões de maior fluxo turístico, quando a ocupação dos meios de hospedagem é alta. Eles optam até por meios de hospedagem de conforto mais reduzido, quando têm dificuldades de reservas, para não perderem os atrativos do momento.

Figura 1
Curvas de indiferença Qualidade e conforto X Atividades de Lazer

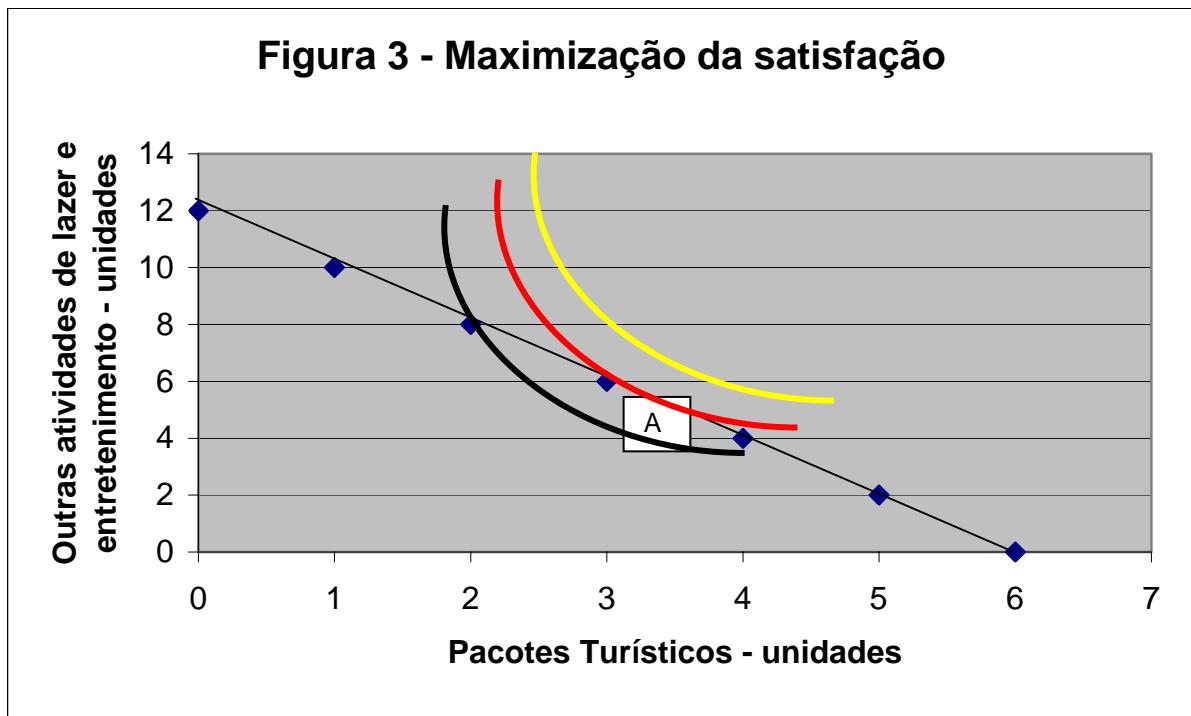


- b) **Restrições orçamentárias** – outro aspecto a considerar da teoria do consumidor são as restrições orçamentárias que determinam as escolhas, presentes as limitações de renda do consumidor. Considerando a premissa de que o consumidor tenha uma renda fixa, todas as combinações de gastos com os diversos produtos consumidos, limitados a essa renda, podem ser identificadas pela linha do orçamento. Na figura 2, evidenciam-se as diversas hipóteses de quantidade de gastos de um consumidor com produtos turísticos e com outras atividades de lazer e entretenimento. Para tanto, considerou-se a renda limitada em R\$ 1.200,00, o preço do produto turístico R\$ 200,00 e outras atividades de lazer e entretenimento R\$ 100,00. Considerando Ppt o preço do produto turístico, Pal o preço das atividades de lazer, a fórmula $200Ppt + 100Pal = 1.200$ permite se obter as diversas combinações que irão compor a linha do orçamento.



A linha de orçamento AG representa as diversas opções de gastos limitados à renda. O ponto A representa a totalidade dos gastos com outras atividades de lazer e entretenimento. A medida em que se avança para os pontos de B a G verifica-se que o consumidor gasta menos com esse produto e mais com pacotes turísticos. O ponto G demonstra a totalidade de gastos com esse item.

- c) **Escolha do consumidor** - Dimensionadas as preferências e as restrições orçamentárias, pode-se determinar a quantidade de cada produto que o consumidor irá escolher para maximizar a sua satisfação. A combinação ideal visando essa maximização deverá estar sobre a linha do orçamento e dar a combinação preferida de seus produtos. A figura 3 demonstra algumas curvas de indiferença, que indicam as preferências do consumidor, comparadas à linha orçamentária que reflete os possíveis gastos de acordo com a renda.



A curva amarela, embora possa representar combinação de gastos que dão maior satisfação ao consumidor, está acima da linha de orçamento, portanto além das possibilidades financeiras do consumidor. A curva preta, além de se constituir na combinação de menor satisfação, apresenta gastos abaixo da linha de orçamento que, se redistribuídos, poderiam aumentar o nível de satisfação. Já a curva vermelha, no local em que tangencia o ponto A, é a escolha de maior satisfação que pode ser atingida, dentro do limite orçamentário.

Dessa forma, influirá decisivamente na escolha do consumidor idoso os produtos turísticos que priorizarem suas preferências, relacionadas anteriormente, e que venham a lhe proporcionar a maximização de sua satisfação. Conclui-se, portanto, que preço e renda são determinantes na escolha do consumidor idoso. Variações no preço, por exemplo, podem ensejar maior ou menor procura pelo bem ou por outros bens, conforme a variação e a sua característica, se bem complementar ou substituto.

De acordo com Lage e Milone (2001, p. 51), “os produtos turísticos, como qualquer tipo de bens ou de serviços econômicos, caracterizam-se em complementares ou substitutos”. Os complementares são os que possibilitam o

consumo em conjunto, como no caso do automóvel com a gasolina ou o café com açúcar. No caso do turismo, o transporte, a alimentação, a acomodação e o entretenimento são bens complementares que formam o produto turístico e devem interagir para gerar valor turístico. No entanto, dentro de cada grupo podem existir bens ou serviços substitutos, como no transporte, que tem disponível carro, ônibus, trem, navio ou avião e o turista idoso ao escolher um eliminará naquele momento os demais.

No turismo, os bens complementares impulsionam a cadeia turística. LEMOS (2005, p. 131) avalia que muitos destinos dotados de valores de interesse turístico por não terem produtos complementares ou periféricos não mobilizam o deslocamento ou a maior permanência dos turistas. Em contraponto, ele demonstra que na ocorrência de bens complementares “o aumento da produção de um dos bens da cadeia requer o aumento dos demais em proporções variadas, a serem dimensionadas. Por exemplo, o aumento da produção de eventos requer o aumento da produção de leitos, transporte, energia, segurança e restaurantes, entre outros”.

Portanto, entre os vários fatores que influenciam a demanda turística o preço tem importância fundamental. No caso de bens complementares, o aumento no preço de um dos bens leva a uma redução na demanda pelo outro bem. Se o bem for substituto, um aumento no preço de um deles aumenta a demanda pelo outro. (MANKIW, 2001, p-68).

Para medir a variação da quantidade de um bem quando o preço de outro bem varia é utilizada a elasticidade cruzada da demanda, obtida pela relação entre a variação percentual da quantidade demandada do bem 1 e a variação percentual do preço do bem 2. Quando se trata de bens substitutos, a elasticidade cruzada é positiva. O preço de um bem e a quantidade demandada do outro se movem na mesma direção, significando que um foi consumido em lugar do outro. Na hipótese de bens complementares, a elasticidade é negativa, indicando que o aumento no preço de um bem reduz a quantidade demandada do outro bem.

No setor aéreo, podemos constatar essa afirmativa, pois alterações nos preços geram demandas por turismo maiores ou menores, conforme o caso,

impactando, não só o transporte, mas especialmente a demanda por hospedagem e entretenimento nas localidades receptoras. No setor de hospedagem, um aumento nos preços das diárias, pode levar turistas a utilizarem casas de amigos ou parentes, um bem substituto, e consequentemente impactar a gastronomia, pois nesse caso a freqüência a restaurantes poderá reduzir ou até mesmo não acontecer.

De acordo com Mankiw (2001 p. 94-95), a elasticidade-preço da demanda mede o quanto a quantidade demandada responde a variações no preço. É calculada dividindo-se a variação percentual da quantidade demandada pela variação percentual do preço⁴. Analisados isoladamente os componentes do produto turístico (transporte, hospedagem, alimentação e entretenimento), no que tange à elasticidade-preço da demanda, verifica-se que eles são muito elásticos, pois a variação percentual de preço é normalmente muito inferior à da quantidade demandada.

Segundo Mankiw (2001, p. 94), os fatores que determinam a elasticidade-preço da demanda são:

- Necessidades versus supérfluo: os bens necessários tendem a ter demandas inelásticas. Os supérfluos, demandas elásticas.
- Disponibilidade de substitutos próximos: bens que dispõem de substitutos próximos têm demanda mais elástica.
- Definição de mercado: mercados definidos de forma restrita têm demanda elástica em relação aos mercados definidos de forma mais ampla, pois é mais fácil encontrar substitutos próximos para bens definidos de forma restrita.
- Horizonte temporal: a longo prazo a demanda tende a ser mais elástica.

Podemos avaliar, portanto, que pelo menos duas características que determinam uma demanda mais elástica os componentes do turismo (transporte,

⁴ Quando o resultado é maior que 1, diz-se que a demanda é elástica, pois a quantidade varia proporcionalmente mais do que o preço. Se o resultado é menor que 1, a demanda é inelástica, porque a quantidade varia proporcionalmente menos do que o preço. Se igual a 1 a elasticidade é unitária, já que a variação da quantidade é proporcionalmente igual à variação do preço (Mankiw, 2001 p. 94-95).

hospedagem, alimentação, entretenimento) possuem: supérfluo e disponibilidade de substitutos próximos. Nesse último caso, com a proliferação de bens que geram lazer e entretenimento, muitos sem sair de casa, e a preços muitas vezes inferiores aos de uma viagem, o idoso poderá se sentir estimulado a dar preferência a esse bem alternativo, em detrimento do turismo.

Um outro fator que pode afetar a demanda é o nível de renda do turista idoso. Na medida em que a renda é reduzida, reduz-se também a demanda por produtos turísticos. O setor aéreo e o de hospedagem, por exemplo, seriam muito prejudicados pela redução da renda desse segmento da população. Por se tratar de bens normais, quando a renda é reduzida, a demanda também decresce. No caso do ônibus, por se caracterizar como bem inferior, ocorre o contrário, o decréscimo na renda implica em aumento na demanda, pois os turistas irão demandar mais desse tipo de transporte, por hipótese⁵.

Outros fatores que podem influenciar a demanda, segundo Lage e Milone (2001 p.62) são os gastos dos turistas e os preços de outros bens e serviços. No caso dos gastos dos consumidores, a mudança do perfil do consumidor nos próximos 30 anos, com o envelhecimento da população, certamente impactará significativamente a demanda. Além disso, o produto turístico só será demandado se o preço estiver inferior aos de outros bens e serviços concorrentes.

⁵ No caso de bens normais a elasticidade-renda é positiva, pois a quantidade demandada e a renda se movem na mesma direção. Já os bens inferiores, a elasticidade-renda é negativa, uma vez que a quantidade demandada e a renda se movem em direções opostas. A elasticidade-renda da demanda também é calculada pela divisão da variação percentual da quantidade demandada pela variação percentual da renda (MANKIW 2001).

3. CONSEQÜÊNCIAS ECONÔMICAS DE MUDANÇAS NA PIRÂMIDE ETÁRIA DE UMA POPULAÇÃO

A população brasileira está envelhecendo, acompanhando tendência mundial. O Brasil, segundo Moreira (2002), é o quarto país com processo de envelhecimento mais intenso, entre os 35 países mais populosos do mundo. Ele só é suplantado pela Coréia, Tailândia e Japão. Com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2004), estima-se que, em um horizonte temporal de 30 anos, o Brasil multiplicaria em quase 7 vezes o seu número de idosos, em relação aos existentes em 1980.

Em contraponto, a população jovem, na faixa etária de 0 a 14 anos, passa a ter participação mais reduzida na população total, fenômeno que ocorre também em nível mundial, especialmente nos países desenvolvidos e em desenvolvimento. Em 1980, 38,24% dos brasileiros estavam nessa faixa etária, enquanto em 2036, serão 20,08% do total da população, de acordo com dados do IBGE (2004).

Esse quadro evidencia um processo de transição demográfica que altera a pirâmide etária da população, com reflexos significativos na economia. Os seus impactos trarão consequências ao bem-estar social e ao desenvolvimento da nação. Em um país com elevado grau de pobreza, altos índices de desemprego e crescimento econômico pífio, comparado a outras nações emergentes, as consequências devem ser analisadas com vistas não só à reversão desse cenário, pelo aproveitamento de eventuais oportunidades, como também para buscar-se o estabelecimento de políticas públicas que corrijam eventuais distorções ou disfunções.

3.1 TRANSIÇÃO DEMOGRÁFICA

3.1.1 POPULAÇÃO IDOSA

Os dados resumidos na Tabela 1 mostram o incremento da população de idosos ao longo do período de 30 anos. Conforme se pode atestar, o número de idosos que hoje representa cerca de 9% da população brasileira deve atingir 19% em 2036. Os principais fatores para esse incremento significativo são a taxa de fecundidade - que dos atuais 2,27 filhos por mulher, passará a apenas 1,86 -, a taxa de mortalidade - que observará uma redução substancial de 25 para 9,20, no período - e a esperança de vida ao nascer que terá acréscimo de mais de 7 anos. Passa dos atuais 72,18 para 79,3.

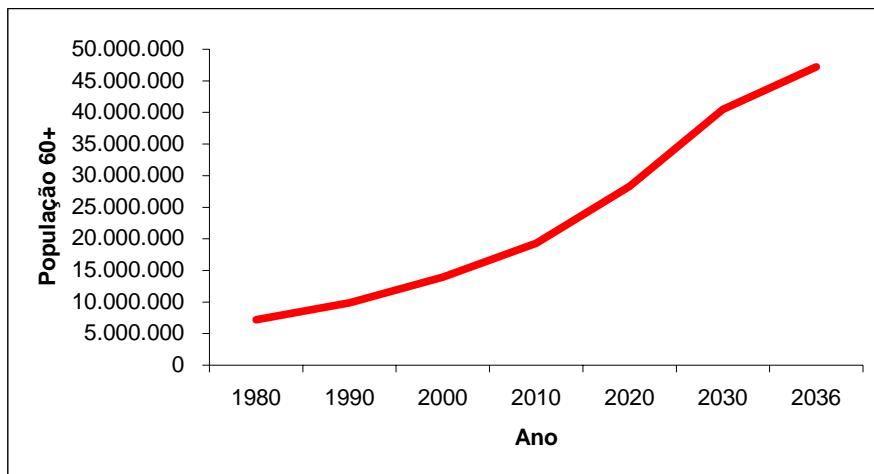
Tabela 1
Projeção da população acima de 60 anos (2006 – 2036)

Ano	População	População idosa	% Idosos	Taxa de Fecundidade	Taxa de Mortalidade	Esperança de Vida ao Nascer
2006	186.770.562	16.822.275	9%	2,27	25	72,18
2036	246.652.529	47.209.700	19%	1,86	9,2	79,3

Fonte dos dados: IBGE (2004)

A Figura 4 ilustra a evolução do número de idosos no Brasil de 1980 até 2036. Nesse período, o incremento, em números absolutos, da quantidade de pessoas acima de 60 anos, em relação à população, atual será de mais de 30 milhões de indivíduos.

Figura 4
Evolução da população brasileira acima de 60 anos
(1980-2036)



Fonte de dados: IBGE (2004)

Essa parcela idosa da população, com intervalo etário em torno de 40 anos, tem diversidades que a tornam heterogênea. Como se pode ver a seguir, esse contingente da população pode ser segmentado dentro do seu próprio grupo, pelas características peculiares que se constatam quando se analisa a renda, o sexo e até o seu próprio processo de envelhecimento. A ONU, por exemplo, sugere que a população idosa seja segmentada em dois grupos, com base na esperança de vida de cada país. No caso do Brasil dividiu-se os grupos, para efeito de determinadas análises, em: 60 a 74 anos e aqueles de 75 anos em diante. No entanto, os indicadores relativos à aposentadoria e pensão segmentam em: 60 a 64 anos, 65 a 70 e 70 ou mais, pois, conforme o IBGE (2004), existem nessa faixa particularidades relativas a sexo e situação de domicílio.

3.1.1.1 RENDA

Pode-se verificar na Tabela 2 que os rendimentos do grupo acima dos 75 anos são melhores do que aqueles na faixa etária entre 60 a 74 anos. Baseado em dados do IBGE (2004), as informações demonstram que o maior percentual de quem ganha até $\frac{1}{2}$ salário mínimo está no segmento de 60 a 74 anos. Por outro lado, ao se comparar os percentuais de quem recebe acima de $\frac{1}{2}$ salário mínimo, constata-se que os idosos acima de 75 anos são em maior número.

Tabela 2

Idosos residentes em domicílios particulares, por grupos de idade, comparados ao rendimento médio mensal familiar per capita em salário mínimo

Rendimento médio	60-74	75 em diante
Até 1/2 SM	13%	11%
Acima de 1/2 SM	83%	86%

Fonte de dados: IBGE: 2004

Conforme Conceição (1998) e Wajnmam et alii (1999, apud MOREIRA, 2002, p. 11), o idoso no Brasil, *vis-à-vis* ao segmento jovem, tem rendimentos mais elevados, possui em maior proporção a propriedade de imóveis e ainda contribui significativamente para a renda familiar. Barros et alii, 1999 (apud MOREIRA, 2002, p. 12), afirmam que o percentual de pobres é menor entre os idosos do que entre os não-idosos. Concluem, portanto, os autores que os idosos além de não representarem um aumento na taxa de dependência econômica, ainda contribuem para reduzir o grau de pobreza entre os não idosos.

Segundo Moreira (2002, p. 11), “em situação de crise econômica e desemprego, a contribuição financeira dos idosos para o sustento familiar é fundamental”. Ele afirma que houve ganhos progressivos e substanciais no nível de rendimento dos idosos. Atribui o fato à contribuição da previdência social. No entanto, para o futuro esse quadro pode ser diferente, por conta da dificuldade de acumulação de patrimônio dos adultos atuais, em razão das altas taxas de desemprego e do mercado informal (CAMARANO et alii, 1999, CAMARANO, EL GHAOURI, 1999, apud MOREIRA, 2002).

3.1.1.2 GÊNERO

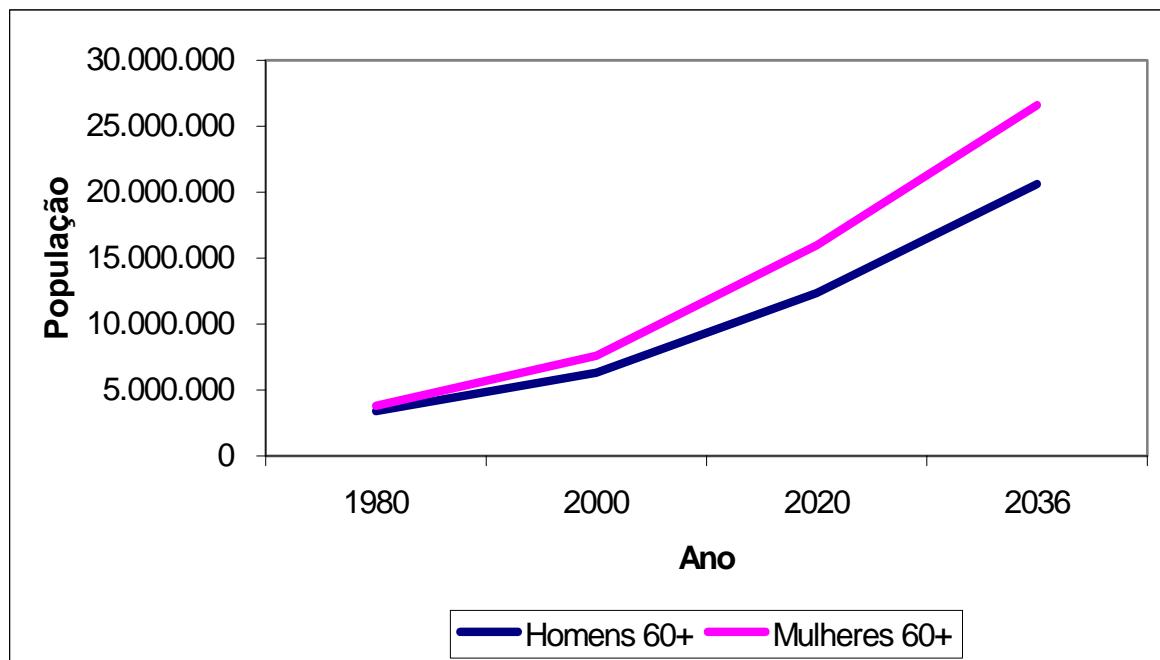
Outro fato que mostra a heterogeneidade dentro do grupo de idosos é a sua composição por sexo. Segundo dados do IBGE (2004), verifica-se um processo de “feminilização” do envelhecimento nacional. Enquanto em 1980, o percentual de mulheres era superior ao de homens em 11,4%, o Instituto projeta para 2036 um número superior, em 29%, de mulheres em relação ao sexo masculino. O sexo

feminino, com mais de 60 anos, será maior que o masculino em 5,9 milhões de pessoas.

Essa diferença entre a quantidade de mulheres e homens, que vem aumentando, ao longo do tempo, é explicada pela diferença na média de vida de idosos e idosas. Em 1980, os homens, acima de 60 anos, viviam em média seis anos a menos que as mulheres da mesma faixa etária. Já em 2006, essa média aumenta para 7,6 anos. Na Figura 5 fica evidente o distanciamento crescente entre a população masculina e feminina no período entre 1980 e 2036.

Figura 5

Evolução da quantidade de homens e mulheres idosos no período de 1980-2036



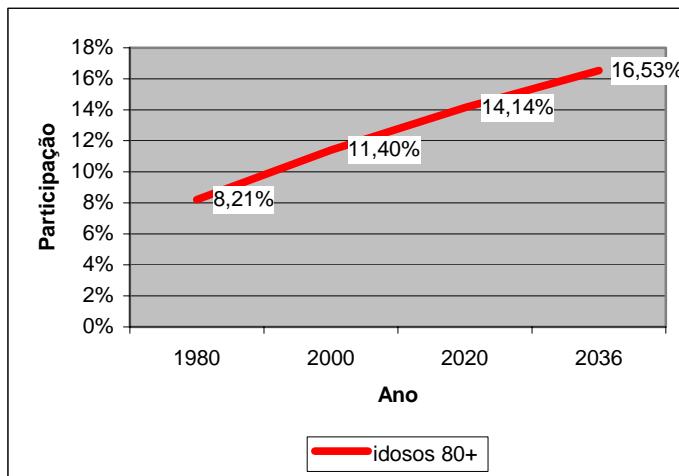
Fonte de dados: IBGE (2004)

3.1.1.3 ENVELHECIMENTO DOS IDOSOS

Um aspecto, conseqüente do declínio da taxa de fecundidade e do aumento da esperança de vida ao nascer, amplia as diversidades desse contingente: o envelhecimento entre os idosos. Conforme demonstra a Figura 6, a participação dos indivíduos com mais de 80 anos no grupo de idosos será, em 30 anos, o dobro da ocorrida em 1980. Considerando-se, como foi dito anteriormente, que as mulheres

têm expectativa de vida maior do que a dos homens, o processo de envelhecimento dentro do grupo etário terá prevalência do sexo feminino.

Figura 6
**Evolução % dos idosos com 80+ na
 composição do grupo acima de 60 Anos**

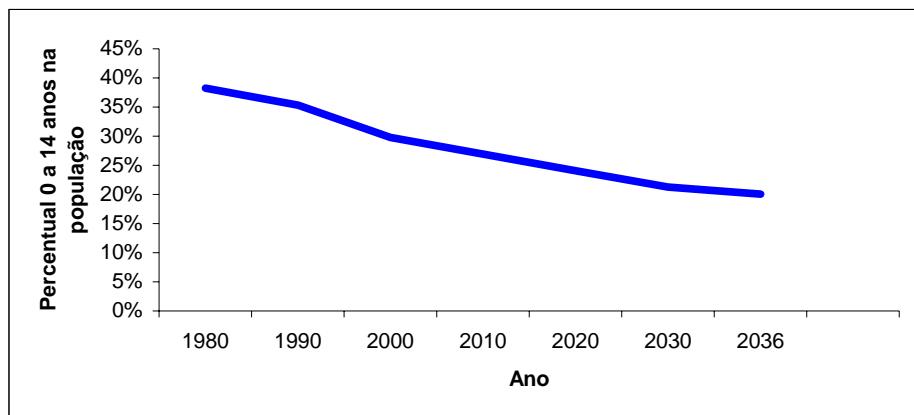


Fonte dos dados: IBGE (2004)

3.1.2 POPULAÇÃO DE 0 A 14 ANOS

Enquanto o número de idosos cresce a taxas significativas, o contingente de jovens menor de 15 anos decresce com intensidade acentuada. Esse grupo etário representava 41,6%, em 1950, atingiu 29,8% em 2000 e está estimado em 20%, em 2036. Essa tendência, segundo Moreira (2002), é decorrente da queda da taxa de fecundidade, no início dos anos 60, quando o crescimento demográfico era de 3% ao ano. Entre 1991 e 2000, a taxa de crescimento médio caiu para 1,6%. Baseado em projeções do IBGE, ele revela que o crescimento médio deve se situar em 1% ao ano de 2000 a 2010, quando seguirá em declínio. A Figura 7 mostra a participação dos jovens menores de 15 anos na população no período de 1980 a 2036.

Figura 7
**Evolução % dos jovens de 0-14 anos na população brasileira
(1980-2036)**

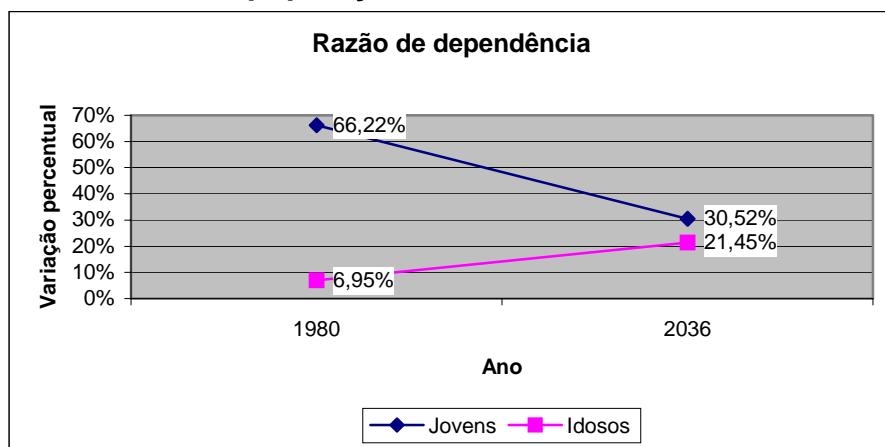


Fonte dos dados: IBGE (2004)

Esse processo transforma a estrutura etária da população brasileira, com a maior participação dos adultos e idosos na população total e “as crianças deixam de representar um peso para a população em idade potencialmente ativa” (IBGE, 2005). Isso se dá pela redução no número de crianças de 0 a 14 anos que dependem da população na faixa de 15 a 64 anos, considerada ativa.

Pela Figura 8 pode-se constatar que a razão de dependência dos jovens tem trajetória descendente, enquanto a dos idosos, ascendente. Portanto, em 30 anos a tendência é convergirem, ficando as duas populações com pesos muito próximos, mas o total da dependência de jovens e idosos, observado em 1980, de 73,17%, o IBGE estima que será menor em 2036, situando-se em 51,97%.

Figura 8
Evolução% da razão de dependência de jovens e idosos da população economicamente ativa



Fonte dos dados: IBGE (2004)

3.1.3 MUDANÇAS NA PIRÂMIDE ETÁRIA

As alterações na pirâmide etária provocam alterações sensíveis na sociedade. As prioridades econômicas são diferentes, as desigualdades sociais podem se acentuar, as políticas públicas devem ser complementadas ou mudadas para contemplar o novo cenário. O envelhecimento da população e a redução dos jovens de 0 a 14 anos podem ensejar oportunidades ou ameaças de acordo com as ações que desde já sejam implementadas, visando ao equilíbrio econômico, bem-estar social e qualidade de vida à população.

A Figura 9 estampa a situação da mudança da pirâmide etária no decorrer dos anos de 1980, 2000, 2020 e 2036. Percebe-se claramente, ao longo do período, a redução da base da figura que formava um triângulo em 1980, com o aumento gradativo, mas substancial, do ápice, que representa a população acima de 60 anos.

Figura 9
Alterações da pirâmide etária da população brasileira (1980-2036)



Fonte dos dados: IBGE (2004)

3.2 IMPACTOS ECONÔMICOS

O processo de envelhecimento da população promove alterações significativas no mercado de trabalho e, segundo Sopeña (2003), enseja até uma nova estrutura produtiva. A razão de todas essas mudanças é que a demanda pelos fatores de produção (terra, capital, trabalho e tecnologia) depende da demanda por bens e serviços. Portanto, a estrutura produtiva (setores primário, secundário e terciário) altera-se em decorrência da procura dos agentes econômicos. Sopeña (2003, p. 7) afirma: “a variabilidade na configuração etária determina mudanças significativas na forma como todos os fatores de produção são alocados no sistema econômico, em especial o fator trabalho”.

A renda familiar passa a ser estruturada de forma diferente, mantendo o rendimento do idoso um importante papel no sustento da família, porém com reflexo na renda per capita, pois aqueles rendimentos decorrentes de aposentadoria, terão valores abaixo dos percebidos na idade produtiva. Com a pressão da população idosa no mercado de trabalho, aumentando a disponibilidade de mão-de-obra, os salários também serão ofertados em valores mais baixos.

A demanda por gastos públicos em favor da população idosa aumenta pelas necessidades no âmbito da saúde e da previdência. O contingente de contribuintes para a previdência também se modifica e com isso aciona os mecanismos da política fiscal para manter o equilíbrio.

Um fator, que sofrerá alto impacto com o aumento de idosos na população, é a oferta turística. Atualmente a oferta está direcionada ao público-alvo atual que se situa na faixa etária entre 30 a 40 anos. Considerando as necessidades de investimento para ampliação, reforma e implantação de unidades para atender a essa demanda crescente, a estimativa é de que haverá aumento dos custos variáveis das empresas, para se adequarem a essa nova demanda, com reflexos no

custo total, no custo marginal⁶ e consequentemente nos preços dos produtos turísticos e dos fatores de produção.

Sob outra ótica, em uma análise macroeconômica, esse processo poderá gerar emprego e renda promovendo o crescimento econômico, incrementando o fluxo circular de renda, que representa os fluxos monetários e físicos da renda nacional, considerando-se a produção dos bens e serviços produzidos pelas empresas, usando os fatores de produção, e o consumo desses bens pela população, com recursos recebidos da oferta desses fatores produtivos às empresas. De acordo com Oliveira e Albuquerque (2005), a análise da estrutura etária de uma população e a verificação de sua tendência pode revelar se o país irá entrar ou já está na chamada “janela demográfica”, caracterizada pelo alto número de pessoas em idade ativa e uma razão de dependência baixa, caracterizando um potencial demográfico propício ao crescimento econômico.

Para os autores, o Brasil tem esse potencial e deve aproveitar as condições favoráveis para promover esse crescimento. Alega que as sociedades que construíram seu patrimônio institucional e humano aproveitando a “janela demográfica” tiveram no envelhecimento da população uma continuada alta produtividade e conclui: “o Brasil dispõe de um período que vai de 2000 a 2035 para aproveitar da melhor forma possível esta oportunidade que a demografia permite mostrar”.

⁶ De acordo com Mankiw (2001 p. 270, 277-278), os custos podem ser definidos da seguinte forma:

- a) custo total – aquele em que a empresa paga para adquirir insumos utilizados na produção;
- b) custo fixo – não varia com a quantidade produzida
- c) custo variável – varia com a quantidade produzida
- d) custo marginal – aumento dos custos totais pela produção de uma unidade adicional.

4. AS POTENCIAIS MUDANÇAS NA OFERTA TURÍSTICA PARA UMA POPULAÇÃO IDOSA

Para evidenciar as mudanças potenciais que essa alteração na composição da faixa etária do turista poderá proporcionar, inicialmente é importante buscar-se conceitos de oferta turística. É argumento central desta monografia que o “turista idoso”, cujas características foram delineadas nas páginas anteriores, exige uma oferta turística significativamente distinta da oferta colocada à disposição do atual turista, com um perfil bastante distinto.

Lage e Milone (2001, p. 72) definem a oferta turística como sendo o conjunto de atrações naturais e artificiais de um local, bem como de todos os produtos turísticos disponíveis aos consumidores para satisfação de suas necessidades, oferecidos pelas empresas a um determinado preço, em um determinado período de tempo. Os autores classificam a oferta turística em atrativos turísticos, equipamentos/serviços turísticos e infra-estrutura de apoio turístico.

Pode-se perceber, portanto, a influência do envelhecimento da população na oferta turística analisando-se:

- a) atrativos turísticos – representados pelos recursos naturais, recursos histórico-culturais, realizações técnicas e científicas e acontecimentos programados (congressos e feiras), o idoso dará preferência àqueles que não exijam desgastes físicos significativos, os que tenham aspectos culturais relevantes e aqueles de revitalização física como as águas termais;
- b) equipamentos e serviços turísticos – caracterizados pelos meios de hospedagem, serviços de alimentação, entretenimentos, esse é um dos aspectos que mais exigirão investimentos, desde já, para a adequação a esse público. É importante lembrar, que hoje os equipamentos estão mais estruturados para um segmento que tem faixa etária entre 30 e 40 anos, portanto que não tem problemas em geral de acessibilidade, nem exige

cuidados com alimentação, saúde e conta com entretenimentos diversos da faixa etária a partir dos 60 anos;

- c) infra-estrutura de apoio turístico – compreendendo os sistemas de transportes, comunicações, saneamento, segurança e equipamentos médico-hospitalar, tem impactos, especialmente nos custos e receitas, pelas necessidades de investimento para adequações em estruturas.

A oferta turística é influenciada por fatores como: o preço do produto, o preço de outros bens e serviços, o preço dos fatores de produção e o nível de avanço tecnológico (LAGE e MILONE, 2001, p. 72-76). De acordo com a lei da oferta, quanto maior for o preço, maior será a quantidade oferecida. A relação entre a variação da quantidade oferecida e do percentual de preço dará a elasticidade-preço da oferta, podendo ser (MANKIW, 2001, p. 104):

- Elástica, se a quantidade oferecida responde significativamente a variação de preços;
- Inelástica, se reagir pouco à variação nos preços;

No turismo, a oferta relacionada aos atrativos turísticos como praias e montanhas, por exemplo, se caracteriza como inelástica. Por outro lado, a oferta de equipamentos turísticos como hotéis, serviços de alimentação e entretenimento, são menos inelásticos. Conforme Mankiw (2001, p. 104), o período considerado é o fator-chave para a elasticidade da oferta. Ela é mais elástica no longo prazo, pois no curto prazo as empresas não conseguem modificar com facilidade suas instalações para aumentar ou reduzir a produção. No curto prazo, portanto a oferta é mais inelástica. Isso ocorre no caso da hotelaria que por ter uma característica inelástica no curto prazo um aumento na demanda, por ocasião da alta temporada, provoca uma redução da oferta e o consequente aumento de preços.

As ofertas turísticas têm, ainda, características que as tornam singular como (LAGE e MILONE, 2001, p. 81):

- a) extrema rigidez – é impossível ou difícil a transformação de sua utilização, por exemplo, um avião só pode ser utilizado como serviço de transporte aéreo;

- b) intangibilidade - o consumidor não pode tocar no produto ou levá-lo consigo na hora da compra;
- c) imobilidade - o consumidor tem que ir até o produto oferecido;
- d) impossibilidade de estocagem - não permite a guarda para posterior consumo, como no caso do assento de um avião não ocupado.
- e) competitividade - por se tratar de um produto supérfluo, outros bens concorrem com o produto turístico.

Entre essas características poderiam ser destacadas algumas consequências positivas e outras negativas para a oferta turística, em face do envelhecimento da população brasileira:

- a) um aspecto altamente positivo é que essa demanda poderia reduzir as flutuações que impactam negativamente a oferta de bens e serviços, com reflexos nos preços e na ocupação dos meios de hospedagem;
- b) outro ponto positivo é o de que o turismo é incentivado para esse segmento para melhoria ou manutenção da saúde e por favorecer os relacionamentos interpessoais;
- c) um lado negativo é o que se refere à característica de imobilidade. É necessário o consumidor ir até o produto turístico para consumi-lo, o que pode desestimular muitos clientes que não têm disposição física ou saúde de realizar viagens;
- d) a competitividade é outro aspecto negativo pois muitos bens substitutos irão concorrer com o produto turístico.

Para que se possa vislumbrar as mudanças necessárias voltadas a esse segmento da população, é indispensável identificar a situação atual da oferta turística, analisar cada componente da oferta, em relação às preferências e necessidades do idoso, e antever as políticas públicas que devam ser desde já avaliadas para a inclusão do idoso no turismo.

4.1 AS CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DA OFERTA TURÍSTICA ATUAL

O Portal Brasileiro do Turismo (<http://www.turismo.gov.br/index.html>), desenvolvido pelo Ministério do Turismo, oferece ao público, nacional e internacional, sete tipos de atrativos turísticos no Brasil, conforme abaixo relacionados, com sugestões de roteiros para cada tipo de turismo:

- a) Sol e praia;
- b) Cultura;
- c) Ecoturismo;
- d) Esportes;
- e) Negócios e eventos;
- f) Aventura e Rural;

Para orientar a escolha do consumidor por hotéis, na região de sua preferência, o Portal de Hospedagem, elaborado pelo SEBRAE, com a gestão operacional do Instituto Marca Brasil e apoio da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis-ABIH, da Embratur e do Ministério do Turismo, classifica os atrativos em: Serra/Montanha, Praia, Campo, Urbano, Estância/Termas, Cidades Históricas, Selva/Floresta (<http://www.portaldehospedagem.com.br/default.asp>).

Com vistas à comercialização nacional e internacional, o Ministério do Turismo (2006), identificou, no Brasil, 200 regiões turísticas, envolvendo 3.819 municípios. O Programa de Regionalização do Turismo, conduzido por aquele órgão, já estruturou, nessas regiões, 87 roteiros, classificados como de padrão internacional de qualidade, abrangendo 116 regiões, em 474 municípios, e mais 400 roteiros, destinados ao mercado nacional.

É importante registrar conforme demonstra a tabela 7, resultado de pesquisa realizada pela FIPE/EMBRATUR/MINISTÉRIO DO TURISMO (2006), que atualmente o principal motivador de viagens, dentro do território nacional, é a visita à casa de amigos e parentes, seguido do item sol/praias, responsáveis pela concentração de boa parte dos interesses de viagens domésticas.

Tabela 3**Principais motivos para realização da principal viagem doméstica**

<i>Motivos para a realização da principal viagem doméstica</i>	<i>%</i>
<i>Visitar amigos e parentes</i>	53,1
<i>Sol e praia</i>	40,8
<i>Turismo cultural</i>	12,5
<i>Eventos culturais / esportivos / sociais</i>	10,7
<i>Saúde</i>	10,2
<i>Negócios</i>	8,3
<i>Compras pessoais</i>	7,8
<i>Ecoturismo</i>	5,7
<i>Eventos profissionais</i>	5,2
<i>Turismo rural</i>	4,6
<i>Estâncias climáticas / hidrominerais</i>	4,1
<i>Religião</i>	3,2
<i>Parques temáticos</i>	2,2
<i>Resorts / hotéis fazenda</i>	2,2
<i>Cursos / estudo</i>	1,8
<i>Praticar esportes</i>	0,7
<i>Outro</i>	4,5
Total (*)	177,6

(*) Pergunta com respostas múltiplas, cuja soma, portanto, pode superar os 100%.

Fonte: FIPE/EMBRATUR/MINISTÉRIO DO TURISMO (2006)

A hotelaria nacional, para atender a demanda nacional e internacional, possui aproximadamente 25 mil meios de hospedagem, dos quais 18 mil são hotéis e pousadas. Isso representa a oferta de aproximadamente um milhão de apartamentos em todo o país (<http://www.abih.com.br/site.php>).

O Guia Quatro Rodas (2006), considerando o universo de 7003 hotéis e pousadas que visita anualmente e contemplam 343.536 unidades habitacionais, revela que os meios de hospedagem se concentram em cinco estados (SP, MG, BA, RJ e SC), representando 62% da oferta nacional. Em torno de 70% são empreendimentos considerados simples. Os municípios com maior número de hotéis são: São Paulo, Rio de Janeiro e Búzios. Os de categoria luxo correspondem a 0,2% do total de hotéis, mas representam 1% no que se refere ao número de unidades habitacionais.

Quanto à infra-estrutura turística, o próprio Ministério do Turismo (2006) reconhece que este é “um dos grandes limitadores para o crescimento da atividade

turística no País, particularmente com relação à desejada expansão, diversificação e desconcentração da oferta turística". Ressalta o órgão que as principais carências são: na infra-estrutura básica, no que se refere à acessibilidade e ao saneamento básico; na infra-estrutura turística, os problemas estão relacionados com a sinalização turística, os centros de recepção e informação ao turista, os centros de convenções e feiras, os terminais de passageiros, entre outros.

Nada obstante haver roteiros que possam atender às preferências do idoso, como o turismo cultural, no que se refere à comercialização de produtos, Fromer e Vieira (2003, p. 80), afirmam que "talvez o aspecto mais intrigante – e revelador – da análise da oferta turística para a terceira idade seja, paradoxalmente, a sua ausência". Acrescentam que as agências de viagens ofertam poucos pacotes turísticos para esse segmento e mesmo assim não elaborados especificamente para esse público, de forma a atender suas expectativas e interesses.

Como o processo de envelhecimento se dá em nível mundial e países como Portugal, Espanha e França já estão em fase avançada de adaptação a esse novo cenário, o turismo internacional passa a ter ofertas turísticas que podem atender melhor as preferências desse tipo de consumidor e, por isso, fazê-lo optar por esses produtos como um bem substituto. Um grande facilitador é o câmbio valorizado, que reduz o preço das viagens internacionais tornando-o mais acessível ao orçamento de muitos turistas idosos.

4.2 O IDOSO E OS ATRATIVOS TURÍSTICOS

A pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo (2006) para caracterizar e dimensionar o turismo doméstico no Brasil constatou como pontos fortes da região Nordeste a beleza natural das praias, o clima, que predomina sol o ano inteiro, a diversidade e a riqueza natural. Já no Sul os aspectos mais positivos foram os atrativos culturais, festas e eventos, gastronomia, o clima mais frio e as belezas paisagísticas. O Centro-Oeste e o Norte são caracterizados como regiões que têm o ecoturismo como atrativo maior e grande potencial de crescimento. A região Sudeste

se destaca com potencial para negócios e eventos e é grande emissora de turistas para o país.

Diz Baptista, 1997 (apud BESTETTI, 2002, p. 27) que o idoso é mais orientado para o turismo cultural, enquanto os jovens para o contato com a natureza e o turismo ativo. O nordeste, segundo a pesquisa do Ministério do Turismo (2006) tem a imagem bastante ligada a sol e praia e agitação da vida noturna, portanto um destino mais interessante para um público mais jovem. O sul, por outro lado é associado com o clima frio e a gastronomia, dessa forma, mais compatível com as preferências do idoso. No entanto, o trabalho também cita como pontos negativos da região sul a temperatura da água muito fria e a pouca receptividade da população.

Os idosos no processo de escolha do destino turístico ainda são muito atraídos, segundo Baptista, 1997 (apud BESTETTI, 2002, p. 28) pelas paisagens naturais e por monumentos e obras de arte célebres. O Brasil, por ser rico em diversidades e belezas naturais, tem excelente oportunidade de atrair esse mercado crescente, desde que realize investimentos que não só promovam esses atrativos mas principalmente os tornem receptivos para esse tipo de consumidor.

Os maiores riscos de não se atentar para as adequações necessárias visando à potencialização dos atrativos turísticos, no que se refere ao turismo do idoso, é que, como visto anteriormente, essa oferta é extremamente inelástica. Isso impede o aumento da oferta ou alterações significativas, especialmente no curto prazo. A consequência, no caso do aumento da demanda prevista pela transição demográfica da população, é inevitavelmente o aumento dos preços. Outro risco decorrente também desse caráter inelástico da oferta é a possibilidade de opção do consumidor por bens substitutos. BESTETTI (2002) alerta que:

“no mundo todo encontram-se locais atraentes e preparados para receber esse contingente, criando-se situações inovadoras e que atendam à necessidade de constante renovação gerada pela concorrência entre os países” (p.28).

4.3 EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS E O IDOSO

Embora haja atualmente uma preocupação crescente com a acessibilidade dos idosos aos empreendimentos e equipamentos turísticos, ainda existem barreiras arquitetônicas e outros entraves para esse segmento, que, em boa parte, tem a mobilidade reduzida ou mesmo são portadores de deficiências físicas. O fato de terem necessidades especiais não significa que estão excluídos do consumo de produtos turísticos. De acordo com o Núcleo de Informação do Idoso, do Governo de Mato Grosso do Sul (<http://www.idoso.ms.gov.br>):

Os idosos são, em geral, portadores de necessidades especiais porque o organismo degrada com a idade, com maior ou menor rapidez. Deficiências auditivas e visuais, assim como redução dos movimentos por falta de exercícios com as articulações, são alguns dos casos mais freqüentes e que não impedem que um indivíduo deixe de viajar, seja com que objetivo for.

De acordo com Peters, 1999 (apud BESTETTI, 2002, p. 15), o desenho universal é a forma de contemplar a melhor acessibilidade para públicos de diversos padrões e reduzir esforços que não sejam necessários, considerando, ainda, eventuais reduções da visão e da audição. As premissas básicas do conceito de desenho universal são (<http://www.acessobrasil.org.br>):

- **Equiparação nas possibilidades de uso** - O *design* é útil e comercializável às pessoas com habilidades diferenciadas.
- **Flexibilidade no uso** - O *design* atende a uma ampla gama de indivíduos, preferências e habilidades.
- **Uso Simples e intuitivo** - O uso do *design* é de fácil compreensão, independentemente de experiência, nível de formação, conhecimento do idioma ou da capacidade de concentração do usuário.
- **Captação da informação** - O *design* comunica eficazmente ao usuário as informações necessárias, independentemente de sua capacidade sensorial ou de condições ambientais.
- **Tolerância ao erro** - O *design* minimiza o risco e as consequências adversas de ações involuntárias ou imprevistas.
- **Mínimo esforço físico** - O *design* pode ser utilizado com um mínimo de esforço, de forma eficiente e confortável.

- **Dimensão e espaço para uso e interação** - O *design* oferece espaços e dimensões apropriados para interação, alcance, manipulação e uso, independentemente de tamanho, postura ou mobilidade do usuário.

4.3.1 ACESSIBILIDADE AO HOTEL, A RESTAURANTES, LANCHONETES E BARES

Conforme visto nos capítulos anteriores, o conforto é um dos atributos mais valorizados pelo idoso e fator-chave na escolha que terá a preferência desse consumidor. Quando hospedado, ele desejará obtê-lo em todos os espaços do estabelecimento (recepção, áreas de lazer, restaurantes e especialmente no apartamento). Por isso Bestetti (2002, p. 65-76), faz algumas considerações sobre aspectos espaciais, entre outros, visando à adequação dos hotéis, de forma a contemplar as necessidades e limitações desse público:

- **Considerações espaciais** – os espaços devem ter boa circulação. Para tanto, deve-se prever a circulação de pessoas em cadeiras de rodas, muletas, bengalas ou andadores. A visibilidade dos pontos de passagem com a identificação dos compartimentos e distâncias entre si é de fundamental importância, segundo a autora.
- **Barreiras arquitetônicas** – assim consideradas as escadas, rampas, desníveis e sistemas de abertura. As escadas, rampas e corrimões devem observar dimensões específicas e terem revestimentos que evitem acidentes, para dar segurança ao idoso. Nos desníveis, a autora recomenda cores e texturas diferenciadas para fácil identificação. Acrescenta que, nos locais de higiene, por estarem sempre sujeitos a pisos molhados, deve-se adotar cuidado especial com a textura e os contrates, além de barras de apoios, para ajudar inclusive nos movimentos de flexão do corpo, quando necessários. Os sistemas de segurança como travas de portas e janelas devem ser de fácil utilização.
- **Condições ambientais** – Devem ser dimensionadas aberturas para a luz natural, por meio de elementos arquitetônicos, de modo a evitar excessos de exposição e temperaturas elevadas. A luz artificial deve dar boa luminosidade e baixo consumo de energia. Os equipamentos de temperatura interna artificial como: aparelhos de ar condicionado,

ventiladores e aquecedores, deverão ter comandos acessíveis e de utilização fácil, assim como os interruptores, que deverão estar em alturas apropriadas. O ambiente deve ter isolamento para ruídos externos.

- **Revestimentos** – Especialmente nos pisos é importante a utilização de texturas antiderrapantes. Os tapetes devem ser emborrachados ou ter aderência ao piso para evitar que deslizem. Os carpetes devem ser evitados, pois retêm poeira e podem causar problemas respiratórios.
- **Aspectos psicodinâmicos** – A autora recomenda evitar-se o uso de quinas, ângulos retos ou agudos, em bancadas, corrimãos e desníveis, dando-se preferência às bordas arredondadas. Especial atenção deve ser dada aos peitoris de janelas e sacadas, tendo em conta que idosos gostam de contemplar a paisagem. Sugere assentos confortáveis nessas áreas.
- **Aspectos tecnológicos** - Os equipamentos que permitem o controle das condições internas do apartamento devem levar em consideração as dificuldades de acesso do idoso e suas limitações. Os mecanismos de prevenção de incêndio e de alerta de vazamento de gás podem ser mais bem estruturados em apartamentos destinados ao idoso. Instalação de termostato, para controle de temperatura, poderia controlar o fechamento de cortinas ou painéis das janelas, para maior conforto do turista de mais idade.

Bestetti (2002) propõe um “check-list”, conforme abaixo relacionado, para avaliação dos espaços existentes, de modo a verificar necessidades de adaptação de empreendimentos para o público idoso. Objetiva também permitir aos empresários do setor hoteleiro promoverem reformas ou pequenas adaptações com o objetivo de tornar a hospedagem mais acessível ao idoso. Ao arquiteto ela sugere: “é fundamental que pensem os espaços planejando-os para o futuro de todos nós...”

- a) As dimensões dos ambientes, passagens e circulações são acessíveis a todos?
- b) O mobiliário está bem dimensionado de forma a oferecer conforto e segurança?

- c) Os materiais estão compatíveis com o uso e a manutenção dos espaços, garantindo higiene?
- d) A tecnologia é utilizada para dar segurança e conforto, no que se refere ao clima, iluminação e som?
- e) As cores e texturas e outros revestimentos estão compatíveis com o estado psicológico previsto pelo empreendimento?
- f) Os atrativos de lazer e as atividades recreativas estão equipados de forma a dar acesso seguro?
- g) As sinalizações dos ambientes são facilmente identificáveis por todos?
- h) As passagens, inclusive em desnível, estão bem dimensionadas, com apoios de corrimãos e são revestidos com material antiderrapante e de cores em contraste?
- i) O paisagismo, nos jardins, calçamentos, iluminação e mobiliários externos valorizam as edificações e facilitam a identificação dos ambientes?
- j) A área de embarque e desembarque de passageiros em ônibus ou vans tem plataformas que permitam menor esforço e menor exposição a intempéries?

Como a rede hoteleira atual foi estruturada para um público de faixa etária inferior, a maior parte dos equipamentos precisa de adaptações ou amplas reformas. Isso é evidente em Brasília, que apesar de ser uma cidade com pouco mais de 40 anos e empreendimentos hoteleiros mais novos não tem acessibilidade na maioria dos hotéis, pelo menos para os deficientes físicos. Pesquisa do Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília-UnB (2005) revela que somente 40% dos hotéis têm unidades adaptadas para o público portador de necessidades especiais. Isso corresponde a 18 dos 44 hotéis pesquisados. Apesar da adaptação, muitos ainda não estão de acordo com as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT (<http://www.unb.br/acs/unbclipping/cp050927-13.htm>).

No que se refere à acessibilidade a restaurantes, lanchonetes e bares, além dos aspectos comuns aos dos estabelecimentos hoteleiros, as mesas devem ser adaptadas, para atendimento de usuário de cadeira de rodas e qualquer acesso deve obedecer ao símbolo Internacional. O estabelecimento deve dispor, ainda, de

vaga em frente ao estabelecimento com rebaixamento de meio-fio, para embarque e desembarque de pessoas deficientes (EMBRATUR, 2001). Importância especial deve ser dada à gastronomia, uma vez que esse público tem restrições também alimentares e cardápios específicos.

Aqui também fica evidente que, se a oferta turística nacional não se adequar rapidamente a esse segmento crescente da população, as viagens internacionais, ou outros bens substitutos, podem se tornar sua melhor opção.

4.4 INFRA-ESTRUTURA DE APOIO TURÍSTICO E O IDOSO

Conforme pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo (2006) para caracterizar e dimensionar o turismo doméstico no Brasil, na avaliação dos principais aspectos envolvendo o turismo para o Nordeste, os piores resultados foram nos itens saúde pública, saneamento básico, segurança pública, limpeza urbana, conservação ambiental e qualificação profissional. Com relação ao turismo realizado para o Sul do país, os aspectos negativos foram os relacionados com a segurança pública, saúde e saneamento básico.

Esses dados revelam que a infra-estrutura de apoio turístico é o item que mais precisa de investimentos, especialmente para atrair turistas idosos que, conforme visto anteriormente dão preferência à qualidade, conforto e segurança.

A pesquisa destaca alguns concorrentes internacionais como Caribe, Cancun, Buenos Aires, Chile e destinos na Europa que têm como principais vantagens, a boa infra-estrutura urbana e os preços acessíveis. Para fazer face a essa concorrência a pesquisa aponta alguns caminhos. Ela demonstra que redução nos preços das viagens domésticas, melhoria na segurança e qualidade nos serviços e equipamentos turísticos são fatores decisivos para a substituição da viagem internacional pela doméstica. Entre os pesquisados, de cada 3 turistas internacionais 2 passariam a dar preferência a viagens nacionais se tivessem condições mais adequadas.

Sob a ótica da captação de turistas estrangeiros, objeto de promoção da EMBRATUR no exterior, a urgência de investimentos é imediata. O turista

internacional, ao se deparar com ausência de qualidade no produto turístico, poderá buscar outras opções, fora do Brasil, para maximização de sua satisfação. Nesse caso, a conta de turismo na balança de serviços apresentará déficit, com reflexos negativos para o equilíbrio econômico.

4.5 POLÍTICA DE TURISMO PARA O IDOSO

Com o objetivo de equilibrar oferta e demanda, tendo presente os impactos na economia do processo de transição demográfica da população, é necessária a implementação de políticas públicas integradas a outras políticas setoriais, inserindo o turismo do idoso nesse contexto. A OMT, 2001 (apud Cruz, 2000, in SOUZA, 2002, p. 29) acredita que a importância do setor turístico para uma economia define o maior grau de políticas públicas e o número superior das administrações públicas envolvidas.

Conforme Cruz, 2000 (in SOUZA, 2002, p. 25), as políticas públicas no Brasil não tiveram, ao longo dos anos, a importância devida por parte dos órgãos públicos nem dos pesquisadores. Somente a partir da década de 1990, o governo federal passou a reorganizar o setor de turismo no Brasil, reestruturar órgãos e o tema ganhou força na academia, com pesquisas em diversas áreas, tais como: Sociologia Política, Antropologia, Geografia e Administração.

Segundo a autora, há uma estreita relação entre planejamento governamental e políticas públicas. O planejamento público do turismo seria uma reação aos efeitos negativos do desenvolvimento do setor. O escopo de atuação do poder público seria nas áreas de: coordenação do processo, planejamento, legislação e a regulamentação, o empreendedorismo e o incentivo (HALL, 2001, apud CRUZ, 2000, in SOUZA, 2002, p. 26).

As intervenções estatais desse tipo podem se dar pelo desenvolvimento de pesquisas, ações de marketing e de divulgação de destinos, além dos incentivos financeiros classificados como (OMT, 2001; HALL, 2001, apud SOUZA, 2002, p. 26-27):

- Redução dos custos de capital – empréstimos com taxas e juros diferenciados; estabelecimento de infra-estruturas; fornecimento de terrenos em planos especiais;
- Redução de custos operativos – isenção de impostos diretos ou indiretos; subsídios para formação de pessoal;
- Segurança nos investimentos – câmbio de moedas sem restrição; garantia de disponibilidade de pessoal formado e treinado; possibilidade de repatriar o capital investido.

Sob a ótica de organização jurídica do turismo no Brasil, Ferraz, 1992 (apud SOUZA, 2002, p. 28) divide em três as formas de intervenção do Estado:

- Participação – quando o Estado exerce efetivamente uma atividade econômica, como no caso de administração de um meio de hospedagem;
- Indução – no caso de concessões de incentivos financeiros e fiscais;
- Controle – regulamenta a forma que a iniciativa privada pode desenvolver uma atividade econômica, como ocorre com as agências de viagem.

Cruz (apud SOUZA, 2002, p. 29) argumenta que o planejamento do setor de turismo no âmbito do poder público deve levar em conta as transformações sócio-espaciais previstas ou não e não perder de vista o compromisso com o futuro.

Do planejamento decorrem políticas públicas para o setor, no entanto, as políticas também orientam o planejamento, em um processo que se retroalimenta indefinidamente. Por isso, que a questão do crescente aumento da população idosa com perspectivas de alteração significativa da pirâmide etária atual, deve ser objeto desde já de planejamento criterioso e abrangente objetivando identificar todos os impactos e necessidades de políticas para o setor e assim o sistema passar a ter um fluxo circular que permita aprimorar os novos planejamentos.

Importante ressaltar que o setor turístico, como envolve uma diversidade de sub-setores (restaurantes, meios de hospedagem, companhias aéreas, agências de viagens e operadoras de turismo), tem uma complexidade maior, pela diversidade de problemas e impactos que são necessários identificar e coordenar para efeito de planejamento e definição de políticas públicas. É, portanto, imprescindível a

integração das políticas de turismo com outras políticas setoriais e globais. Cruz 2000 (apud SOUZA, 2002, p. 35-36) relaciona pelo menos quatro motivos para essa compatibilidade:

- o turismo movimenta 52 setores da economia;
- há uma dependência forte do setor de transporte, por ser o produto turístico fixo, exigindo o deslocamento do consumidor até o local;
- nos espaços urbanos estão localizadas as infra-estruturas de interesse do setor turístico, que vão constituir os atrativos turísticos, por isso a importância das políticas de turismo e urbanas estarem em consonância;
- as políticas de proteção ambiental e cultural têm impacto direto sobre o desenvolvimento do turismo, razão pela qual precisam estar integradas.

Tendo presente a Política Nacional do Idoso, o Ministério do Turismo estabeleceu as ações abaixo relacionadas para implementação no período de 2003 a 2007:

- apoio à geração e difusão de informações;
- estímulo e apoio à pesquisa;
- fomento à participação do idoso ao uso dos equipamentos e empreendimentos turísticos no período de baixa temporada;
- promoção, participação e apoio à realização de encontros, seminários e congressos;
- regionalização do Programa Clube da Melhor Idade;
- apoio e eliminação de barreiras arquitetônicas e ambientais;
- capacitação, qualificação e atualização de recursos humanos.

Essas ações, se implementadas em sua totalidade, já produzem alterações na oferta turística de forma a começar a adequá-la a esse público crescente, porém ainda são incipientes, motivo pelo qual é necessário o estabelecimento de políticas específicas que preparem o setor para a demanda crescente do segmento acima de 60 anos.

Estudo realizado pela Organização Mundial do Turismo-OMT, em relação às ações desenvolvidas na Alemanha, Áustria, Austrália, Bulgária, Espanha, Estados

Unidos, França, Macau e Portugal mostra que as organizações públicas e privadas devem trabalhar integradas para desenvolver o turismo para o idoso e ter foco nos seguintes objetivos (Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade – ABCMI – Nacional, 2003):

- motivar os idosos para exercerem atividades turísticas em contraponto à realidade atual de exclusão social;
- melhorar a qualidade de vida do idoso, com aproveitamento proveitoso de seu tempo livre;
- contribuir para a formação de um mercado novo que fortaleça a economia, crie emprego e seja portanto um fator de coesão social;
- estimular a paz, a tolerância social e a solidariedade, incentivando jovens e idosos a compartilharem de experiências de viagens e de relacionamento interpessoal;
- melhorar o aproveitamento das instalações turísticas, especialmente na baixa temporada e em regiões menos favorecidas economicamente.

A ABCMI (2003) sugere, para que haja qualidade nas experiências turísticas do idoso, que o setor público e privado estabeleçam programas que garantam:

- segurança, higiene, saúde, proteção do meio ambiente, independência, acessibilidade dos serviços e proteção do consumidor, fatores imprescindíveis para se obter qualidade;
- alimentação saudável, exercícios e outros elementos de bem-estar físico e espiritual;
- interação com as comunidades locais;
- realização de programações pelos Clubes da Melhor Idade e universidades da terceira idade;
- visitas culturais e outros estímulos a experiências educativas e de promoção do patrimônio local.

5. CONCLUSÃO

Este trabalho identificou os impactos econômicos para o turismo no Brasil decorrentes da mudança da pirâmide etária da população, em um período de 30 anos. Acompanhando padrão mundial, a população envelhece e muda o quadro demográfico do país, com reflexos na economia e em todos os setores da sociedade.

Enquanto o número de idosos cresce, atingindo em 2036 mais de 47 milhões de indivíduos, a população jovem, especialmente a situada na faixa de 0 a 14 anos, decresce e totaliza cerca de 20% da população, quase igualada à de idosos, em torno de 19%. A redução da taxa de fecundidade, ocorrida com maior intensidade a partir de 1960, e o declínio da taxa de mortalidade, que se observa a partir de 1940, pelo advento dos antibióticos, pelas melhorias no saneamento básico e pelos maiores cuidados com a higiene, são os responsáveis pelo envelhecimento da população brasileira (IBGE, 2004).

Esse fenômeno ocorre em nível mundial e nos países desenvolvidos já está em curso há algum tempo. No Brasil, a rapidez com que se dá essa mudança e a grande desigualdade de renda são os maiores desafios para os governos (federal, estadual e municipal), empresários e sociedade, com vistas à adequação ao novo cenário, sem maiores transtornos e sem perder de vista o bem-estar social.

Há que se considerar também a necessidade de mudança de postura com relação à velhice que desde os primórdios, salvo em algumas civilizações, o ancião vem sendo marginalizado pela sociedade que o considera improutivo, ultrapassado e um peso a ser carregado. Nos dias atuais, prevalece o culto à beleza e à juventude, como nos tempos da antiga Grécia, e a velocidade das mudanças é tão grande, pelos avanços que se sucedem na tecnologia, que o maior atributo dos idosos, a experiência, é considerada irrelevante.

No entanto, ficou evidenciado neste trabalho que o idoso atual chega a essa fase em condições totalmente diversas das gerações anteriores. Ele tem mais

qualidade de vida, saúde, atividade, maior expectativa de vida e educação mais aprimorada. Isso o insere em um mercado produtivo, altamente consumista, que começa a se interessar pelo segmento mais vivido da população e tenta atraí-lo para o mercado, buscando eliminar os estigmas e procurando enaltecer a velhice, o que fica evidente pela criação de termos como terceira idade, maior idade, melhor idade, além de outros.

Entre os setores que devem começar a distinguir o idoso em seus planos e projetos, o turismo é um dos que mais têm urgência. A oferta turística hoje é voltada para o segmento na faixa de 30 a 40 anos (Fipe-EMBRATUR/DEPEM), portanto, com necessidades e características bem diferentes. Como a oferta é inelástica, porque as mudanças se dão de forma mais lenta, por envolver custos e prazos maiores de implementação, desde já são necessárias adequações na oferta para absorver gradativamente essa demanda crescente e promover o equilíbrio econômico.

O setor turístico promove impactos em diversos setores da economia, seja de forma direta, pelos gastos nos equipamentos turísticos (meios de hospedagem, gastronomia, transportes, entretenimento), seja de forma indireta, pelos bens e serviços produzidos com a renda gerada pelos gastos diretos e ofertados na economia, ou ainda de forma induzida, quando aumentam os níveis de renda em toda a economia pelos impactos diretos e indiretos.

Os principais impactos positivos observados na economia pela ação do turismo são:

- o aumento da renda do local visitado;
- o estímulo a investimentos e geração de empregos;
- a contribuição para a redistribuição de riquezas; e
- o efeito multiplicador.

Por outro lado, verifica-se também impactos negativos, tais como: pressão inflacionária; possibilidade de dependência de algumas localidades somente dessa atividade, custos sociais e ambientais indesejáveis; priorização de investimentos em turismo em detrimento de outros também prioritários.

Observou-se, pela matriz de insumo-produto (1999) de Casimiro Filho & Guilhoto (2002) que demonstra os impactos econômicos do turismo na economia brasileira que os setores abaixo são chaves para o turismo pelos impactos positivos que proporcionam:

- transporte aéreo, regular e não-regular;
- agência e organizadores de viagens;
- atividades auxiliares ao transporte aéreo;
- estabelecimentos hoteleiros e outros tipos de alojamento temporário;
- restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação.

Esses setores necessitam de investimentos inferiores aos da indústria para incrementar resultados e ainda contribuem para o equilíbrio da balança de serviços. Geram uma contribuição positiva para o valor adicionado e pessoal ocupado, pois é intensivo em trabalho. Isso propicia a geração de emprego e renda e quanto maior for a demanda por turismo mais renda e empregos são gerados na economia.

Por isso, o crescimento da população idosa não só vai propiciar esses impactos, desde que adequada a oferta a essa população, como também vai potencializar esses efeitos, uma vez que, segundo Vimont (apud FROMER e VIEIRA, 2003, p. 36), os idosos dispõem de tempo, dinheiro, saúde e desejam bem-estar e satisfação pessoal, além do que a população será incrementada em mais de 30 milhões de indivíduos, em relação ao segmento atual.

Para conquistar esse público, quando da elaboração de planejamentos turísticos para criação de novos roteiros e para a formatação de pacotes turísticos é preciso ter presente os maiores motivadores para realização de viagens, pelos cidadãos com mais de 60 anos, tais como: desejo de realizar atividades que dêem prazer e projetos que foram postergados ao longo da vida, possibilidade de promover interações sociais e incentivo à comunicação. Para tanto, deve ser dada ênfase nas seguintes preferências do idoso (FROMER e VIEIRA, 2003, p. 66):

- realização de atividades em grupos de diversas faixas etárias;
- qualidade e conforto;

- visitas a pontos turísticos;
- programas noturnos, com música e dança;
- novos roteiros;
- tratamento de forma eqüitativa a qualquer outro tipo de turista;
- supervisão médica como opção para maior segurança e não como monitoramento do turista idoso;
- atividades físicas, opcionais;
- oferta na alta e baixa temporada.

Nesse processo deve haver também cuidados como o de valorizar a individualidade. Zelar por uma boa comunicação, para evitar a recorrência de preconceitos ou estigmas. Estimular novas experiências. Dar ênfase máxima à qualidade de vida. Evitar o desenvolvimento de programas que estimulem os idosos a falarem sobre doenças.

As preferências do consumidor idoso são decisivas no processo de escolha, pois, limitado às suas restrições orçamentárias, o indivíduo fará a opção que irá maximizar a sua satisfação. Dessa forma, preço e renda também terão papel preponderante na decisão do turista idoso.

A população idosa, comparada ao segmento mais jovem, tem rendimentos superiores, tem mais propriedades e o seu rendimento contribui de forma significativa para a renda familiar. Como foi visto, o percentual de pobres é menor entre os idosos do que entre os não-idosos (p. 18). O grande desafio é evitar que esse quadro se agrave no futuro, em face das altas taxas de desemprego atuais e do mercado informal crescente. Melhor, a meta é propiciar condições de vida adequada ao idoso com rendimentos superiores, assim como nos últimos anos se pôde observar ganhos progressivos no nível de rendimento de aposentados e pensionistas.

Re-arranjar os fatores de produção de forma a alocá-los adequadamente no sistema econômico, em especial o fator trabalho, será tarefa imprescindível da qual dependerá a nova estrutura produtiva. Não se pode esquecer que tais rendimentos,

como hoje, terão papel preponderante na estrutura da renda familiar. A previdência e a saúde devem ser objeto de políticas públicas que garantam ao segmento de idosos o atendimento de suas necessidades, sem comprometer o sistema que terá nova configuração de contribuintes.

A oferta turística deve ser readequada, desde já, priorizando-se os setores-chave para o turismo, conforme segue, para que os resultados positivos sejam plenos:

- **transporte aéreo, regular e não-regular** – cuidar da acessibilidade, conforto e qualificação da mão-de-obra que irá lidar com esse público;
- **agência e organizadores de viagens** – preparar novos roteiros e formatar pacotes de viagem, tendo presente sempre as características, necessidades e preferências desse contingente. O programa deve ser desenvolvido especialmente para o idoso e não adaptado de programas já existentes;
- **atividades auxiliares ao transporte aéreo** – qualificar mão-de-obra para dar atendimento adequado e de acordo com as necessidades e desejos do cidadão idoso;
- **estabelecimentos hoteleiros e outros tipos de alojamento temporário** – definir projetos que contemplem acessibilidade, conforto, segurança e satisfação para os idosos, em todos os setores dos meios de hospedagem, sem descuidar da parte de alimentos, bebidas e entretenimento;
- **restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação** – desenvolver projetos de gastronomia com foco no segmento acima de 60 anos, tendo em conta também a acessibilidade aos estabelecimentos, conforto e segurança.

De igual importância e urgência, conforme atesta o Ministério do Turismo (2006), a infra-estrutura urbana, compreendendo: saneamento básico, segurança, limpeza, conservação ambiental, equipamento médico-hospitalar, transportes e comunicação, deve ser priorizada, com projetos que contemplem a acessibilidade, além dos gostos e preferências da população acima de 60 anos.

Nos planejamentos turísticos deve ser sopesado que o idoso valoriza mais os atrativos turísticos que não lhe exijam desgastes físicos significativos, ressaltem aspectos culturais e os que eles possam obter revitalização física.

Como o envelhecimento é fenômeno mundial e muitos países já estão em processo adiantado de adaptação a esse novo cenário, o turismo internacional passa a ter ofertas turísticas que podem atender melhor as preferências do consumidor nacional e, por isso, fazê-lo optar pelo produto internacional como um bem substituto. A valorização do câmbio estimula essa demanda, pois reduz o preço das viagens internacionais, em relação às domésticas, tornando-as mais acessíveis ao orçamento de muitos turistas idosos. Da mesma forma, o turista estrangeiro, se não perceber qualidade no produto turístico do Brasil, poderá desejar destinos alternativos, para maximização de sua satisfação. Nesse caso, a conta de turismo na balança de serviços apresentará déficit, com reflexos negativos para o equilíbrio econômico.

A oferta sendo inelástica, pelo menos a curto prazo, e a demanda, no caso do turismo, muito elástica, conforme demonstrado nos capítulos anteriores, para se promover o equilíbrio entre essas duas variáveis, as ações de adequação devem ser adotadas de imediato, de forma a que, em 30 anos, a demanda por produtos turísticos da época esteja compatível com a oferta turística, que ainda tem tempo de se adequar e assim evitar impactos negativos como aumento de preços.

Contribuirá significativamente para esse equilíbrio, a adoção de políticas públicas que tenham objetivos tais como os definidos pela Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade – ABCMI – Nacional (2003), quais sejam:

- segurança, higiene, saúde, proteção do meio ambiente, independência, acessibilidade dos serviços e proteção do consumidor, fatores imprescindíveis para se obter qualidade;
- alimentação saudável, exercícios e outros elementos de bem-estar físico e espiritual;
- interação com as comunidades locais;

- realização de programações pelos Clubes da Melhor Idade e universidades da terceira idade;
- visitas culturais e outros estímulos a experiências educativas e de promoção do patrimônio local.

Conhecer profundamente esse público é essencial para o desenvolvimento de todas as ações necessárias, por isso a realização de pesquisas é indispensável e urgente para que se possa traçar o perfil do idoso, mapear áreas de maior e menor concentração, eleger gostos e preferências, classificar os diversos tipos de renda, entre outros dados relevantes.

É importante registrar que houve algumas limitações para o desenvolvimento desse trabalho, com relação ao levantamento de informações estatísticas, em particular, no que se refere às informações disponíveis sobre turismo que, além de estarem com alguma defasagem, não estão segmentadas de forma a se conhecer exatamente o comportamento do turista idoso.

6. REFERÊNCIAS

- 1) ACESSIBILIDADE BRASIL. *Desenho Universal*. Disponível em: < <http://www.acessobrasil.org.br/index.php?itemid=42> > Acesso em: 07.08.2006.
- 2) ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CLUBES DA MELHOR IDADE - ABCMI NACIONAL. *Proposta de Turismo da Melhor Idade 2003/2004*.2003
- 3) ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS-ABIH. Disponível em: < <http://www.abih.com.br/site.php> > Acesso em: 07.08.2006
- 4) ANDRADE, Maria Margarida. *Introdução à metodologia do trabalho científico*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- 5) ANSARAH, Marília G. dos R. (org.). *Turismo: como aprender, como ensinar*. v. 2. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2001.
- 6) BESTETTI, Maria Luisa T. *Hospedando a terceira idade: recomendações de projeto arquitetônico*. Campo Grande: UNIDERP, 2002.
- 7) BULFINCH, Thomas. *O livro de ouro da mitologia: (a idade da fábula): histórias de deuses e heróis*. 19. ed. Rio de Janeiro, 2001.
- 8) CASIMIRO Filho, F. GUILHOTO, J.J.M. *Dimensionando o Turismo na Economia Brasileira*. 2002.
- 9) CASTRO, Odair Perugini de (org.). *Velhice, que idade é essa? : uma construção psicossocial do envelhecimento*. Porto Alegre: Síntese, 1998.
- 10)EMBRATUR *Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil – 2006* <http://200.189.169.141/site/arquivos/dados_fatos/demand%20turistica/_demanda_turismo_domestico_setembro_2006.pdf> Acesso em: 07.09.2006.
- 11) EMBRATUR, *Estudo do Mercado Doméstico de Turismo no Brasil*. Disponível em: <http://www.bnb.gov.br/content/Aplicacao/Cadeias_Produtivas/Turismo/Docs/Mercado%20interno%20de%20turismo.doc> Acesso em: 23.05.2006.
- 12) EMBRATUR, *Manual de recepção e acessibilidade de pessoas portadoras de deficiência a empreendimentos e equipamentos turísticos/Ministério Turismo*. 2. ed. Brasília:EMBRATUR, 2001.
- 13)FROMER, Betty; VIEIRA, Débora Dutra. *Turismo e Terceira idade*. São Paulo: Aleph, 2003.
- 14)GOVERNO DO MATO GROSSO DO SUL. *Aspectos importantes na arquitetura de hotéis*. Disponível em: < <http://www.idoso.ms.gov.br/Noticia.asp?id=251> > Acesso em: 07.09.2006.

- 15) IBGE, Projeção da População Brasileira para 01.07 de 2050 (Revisão 2004) <ftp://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_Projecoes_Populacao/Revisao_2004_Projecoes_1980_2050/> Disponível em: 12.06.2006.
- 16) LAGE, Beatriz Helena G; MILONE, Paulo César. *Economia do turismo*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- 17) LAKATOS, E. M; MARCONI, M. de A. *Fundamentos de metodologia científica*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- 18) LEMOS, Leandro. *O Valor Turístico na Economia da Sustentabilidade*. São Paulo: Editora Aleph, 2005
- 19) LORDA, C. Raul; SANCHEZ, Carmem Delia. *Recreação na terceira idade*. 2. ed. Rio de Janeiro: SPRINT, 1998.
- 20) MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano Nacional do Turismo*. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/0-catalogo-ocumentos/Anuario/Plano_Nacional_do_Turismo.pdf>. Acesso em: 29.05.2006.
- 21) MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo no Brasil – 2007 – 2010*. Disponível em: <http://institucional.turismo.gov.br/Mintur/UserFiles/File/documentos/Ultima_Versao_com_correcao_das_erratas_julho_006.pdf> Acesso em: 31.08.2006.
- 22) MANKIW, N. Gregory. *Introdução à Economia: princípios de micro e macroeconomia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- 23) MOREIRA, Morvan de M. *Mudanças Estruturais na distribuição etária brasileira: 1950-2050*. 2002. Disponível em:<<http://www.fundaj.gov.br/tpd/117ahtml>> Acesso em: 13.06.2006
- 24) MOTA, Keila Cristina Nicolau. *Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal*. São Paulo: Atlas, 2001.
- 25) OLIVEIRA, Juarez de C.; ALBUQUERQUE, F.R.P.de C. *A mortalidade no Brasil no período 1980-2004: desafios e oportunidades para os próximos anos*. Rio de Janeiro: IBGE, 2005.
- 26) PINDYCK, Robert S; RUBINFELD, Daniel L. *Microeconomia*. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.
- 27) PORTAL BRASILEIRO DO TURISMO. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/index.html>> Acesso em: 03.08.2006.
- 28) PORTAL DE HOSPEDAGEM. Disponível em: <<http://portaldehospedagem.com.br/default.asp>> Acesso em: 03.08.2006

- 29) SENADO FEDERAL. *Estatuto do Idoso. Lei n.º 10.741.* Disponível em: <<http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=237486>> Acesso em: 12.06.2006
- 30) SILVA, Fátima Sueli de Souza e. *Turismo e psicologia no envelhecer.* São Paulo: Roca, 2002.
- 31) SOPEÑA, Mauro B. *A renda familiar na transição da mortalidade no Brasil: um estudo da participação econômica do idoso na família brasileira.* 2003. Disponível em: < http://www.apdemografia.pt/artigo_renda_familiar1.pdf> Acesso em: 13.06.2006
- 32) SOUZA, Maria José de (org.). *Políticas públicas e o lugar do turismo.* Brasília: Universidade de Brasília, 2002.