

**FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS**  
**ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS**

**RENATA GARANITO DE ABREU**

**TURISTAS DA TERCEIRA IDADE NAS OLIMPIADAS DE 2016:**  
***GUIDELINES* PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS PARA CAPACITAÇÃO**  
**DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

Rio de Janeiro  
2012

**RENATA GARANITO DE ABREU**

**TURISTAS DA TERCEIRA IDADE NAS OLIMPÍADAS DE 2016:  
*GUIDELINES* PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS PARA CAPACITAÇÃO  
DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

Dissertação apresentada à Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, da Fundação Getulio Vargas, como requisito para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas.

Área de Concentração: Gestão Empresarial

Orientador: Prof. Dr. Hermano Thiry-Cherques

Rio de Janeiro

2012

Abreu, Renata Garanito de  
Turistas da terceira idade nas Olimpíadas de 2016 : guidelines para  
elaboração de projetos para capacitação da cidade do Rio de Janeiro / Renata  
Garanito de Abreu. – 2012.  
98 f.

Dissertação (mestrado) - Escola Brasileira de Administração Pública e de  
Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa.  
Orientador: Hermano Thiry-Cherques.  
Inclui bibliografia.

1. Turismo. 2. Esportes e turismo. 3. Idosos como consumidores. 4.  
Olimpíadas. I. Thiry-Cherques, Hermano R. II. Escola Brasileira de Administração  
Pública e de Empresas. Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa. III. Título.

CDD – 338.4791



**FUNDAÇÃO  
GETULIO VARGAS**

**RENATA GARANITO DE ABREU**

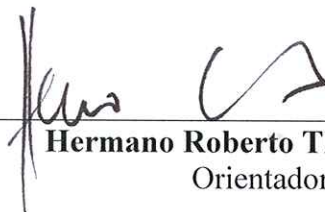
**TURISTAS DA TERCEIRA IDADE NAS OLIMPIADAS DE 2016: GUIDE  
LINES PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS PARA ADEQUAÇÃO DA  
CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Administração da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas para obtenção do grau de Mestre em Administração.

Data da defesa: 13/12/2012

Aprovada em:

**ASSINATURA DOS MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA**




---

**Hermano Roberto Thiry Cherques**  
Orientador (a)



---

**Roberto da Costa Pimenta**



---

**Verônica Feder Mayer**

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus, por me dar tantas graças e forças para seguir meu caminho, iluminando minha vida e de minha família

Aos meus pais, Maria do Carmo Garanito de Abreu e Clezio Viegas de Abreu, pelo amor, carinho, apoio e confiança que tiveram ao aceitar e apoiar minhas escolhas.

Aos meus irmãos Rômulo Garanito de Abreu e Renan Garanito de Abreu.

Ao meu namorado Felipe Nobrega, pelo amor, amizade, compreensão, apoio, cumplicidade.

Às minhas avós, Zilá e Thereza, pelas orações e pelo carinho que sempre tiveram comigo.

Ao professor Hermano Roberto Thiry-Cherques por toda contribuição e conhecimento para a elaboração dessa dissertação de mestrado.

## RESUMO

Um dos benefícios para a cidade-sede de um megaevento esportivo do porte dos Jogos Olímpicos no âmbito do turismo é a repercussão e a divulgação espontânea desta cidade como destino nacional e internacional. Sendo assim, é necessário que o Rio de Janeiro aproveite a oportunidade de sediar os Jogos Olímpicos de 2016 para se firmar como destino competitivo global para diferentes segmentos desenvolvendo programas e ações que atendam adequadamente a demanda dos variados nichos de mercado em longo prazo. Assim sendo, este trabalho consiste na definição de *guidelines* para a elaboração de projetos que capacitem diversos setores do turismo com foco na terceira idade. A evolução no quadro populacional mundial e brasileiro indica que esse público é a parcela que apresenta maior índice de crescimento. Acompanhando este aumento, percebe-se que o idoso possui uma vida ativa e que cada vez mais encontra no turismo o meio de atingir satisfação e prazer. Os *guidelines* aqui apresentados para orientar a elaboração de projetos são: qualificação de profissionais; adequação da oferta turística; criação de um Selo da Qualidade e; elaboração de um guia. Espera-se que com essas ações implementadas, a cidade do Rio de Janeiro se torne destino referência para o segmento de pessoas com idade acima de 60 anos oferecendo um produto turístico de qualidade, sendo este um dos legados positivos das Olimpíadas de 2016.

**Palavras-chave:** Jogos Olímpicos; Turismo; *Guidelines*; Terceira Idade.

## **ABSTRACT**

One of the benefits for a city that is going to host an event as big as Olympic Summer Games, regarding the tourism, is the repercussion and spontaneous media of this city as international and national destiny. Thus, Rio de Janeiro needs to use its exposure on media to be consolidated as a competitive global destiny in order to reach several segments, developing programs and projects that meet these social groups needs in a long term market. Therefore, this work defines guidelines for preparing projects that enable different sectors of tourism focused on seniors, which is the segment that presents the highest grown globally and locally scenario. Considering the increase of seniors in the society, it is possible to note either a changing in their lifestyle which is healthier and more active, finding on tourism a way to reach the happiness and self-realization. The guidelines presented are: professional qualification; adequacy of tourism; quality stamp creation and; the development of a guide. It is expected Rio de Janeiro becomes a reference for senior tourism, offering a touristic product with quality for 60-aged people with the action implemented.

**Keywords:** Olympic Summer Games; Tourism; Guidelines; Seniors.

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO.....</b>   | <b>09</b> |
| <b>2 ANÁLISE DE CONTEXTO.....</b>  | <b>12</b> |
| 2.1 TURISMO: ASPECTOS CONCEITUAIS.....   | 12        |
| 2.2 TURISMO NO CONTEXTO MUNDIAL E NACIONAL.....  | 14        |
| 2.3 TURISMO NO RIO DE JANEIRO.....   | 18        |
| 2.4 TURISMO E OS JOGOS OLÍMPICOS.....  | 21        |
| 2.5 TURISMO E TERCEIRA IDADE.....  | 23        |
| 2.5.1 Envelhecimento da população mundial e brasileira.....  | 24        |
| 2.5.2 Turistas da terceira idade.....  | 25        |
| 2.5.3 Turismo da terceira idade no Rio de Janeiro.....   | 30        |
| 2.6 CAPACITAÇÃO DO TURISMO.....  | 33        |
| 2.6.1 Qualificação profissional.....   | 34        |
| 2.6.2 Adequação da oferta turística.....   | 37        |
| 2.6.3 Selo da qualidade do turismo.....  | 39        |
| 2.6.4 Guia turístico.....  | 41        |
| <b>3 JUSTIFICATIVA.....</b>  | <b>43</b> |
| 3.1 QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DO SETOR TURÍSTICO DA CIDADE<br>DO RIO DE JANEIRO PARA A TERCEIRA IDADE..... | 44        |
| 3.2 ADEQUAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA DA CIDADE DO RIO DE<br>JANEIRO PARA A TERCEIRA IDADE.....                | 46        |
| 3.3 CRIAÇÃO DE UM SELO DA QUALIDADE MUNICIPAL DO TURISMO<br>DO RIO DE JANEIRO PARA A TERCEIRA IDADE.....   | 49        |



|   |           |
|---|-----------|
| 3.4 GUIA DA OFERTA TURÍSTICA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO PARA A TERCEIRA IDADE.....   | 50        |
| 3.5 BENEFÍCIOS DA CAPACITAÇÃO EM LONGO PRAZO.....   | 52        |
| <b>4 GUIDELINES PARA A CAPACITAÇÃO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO PARA RECEBER TURISTAS DA TERCEIRA IDADE NOS JOGOS OLÍMPICOS DE 2016.....</b> | <b>55</b> |
| 4.1 SUBPROJETO 1: QUALIFICAÇÃO DE PROFISSIONAIS.....  | 55        |
| 4.2 SUBPROJETO 2: ADEQUAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA.....  | 61        |
| 4.3 SUBPROJETO 3: CRIAÇÃO DE UM SELO DA QUALIDADE DO TURISMO.....   | 68        |
| 4.4 SUBPROJETO 4: ELABORAÇÃO DE GUIA TURÍSTICO.....   | 74        |
| <b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>  | <b>76</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>   | <b>78</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste na definição de *guidelines* para orientar a elaboração de projetos para capacitação do Rio de Janeiro para receber turistas da terceira idade nas Olimpíadas de 2016, de forma que a cidade se torne apta a atender e prestar um serviço de qualidade e oferte produtos turísticos adequados ao referido público, se posicionando como destino competitivo para esse segmento de mercado.

Um dos benefícios para a cidade-sede de um megaevento esportivo do porte dos Jogos Olímpicos no âmbito do turismo é a repercussão e a divulgação espontânea desta cidade como destino nacional e internacional.

Uma vez observado esse fenômeno em cidades que sediaram as Olimpíadas nas últimas décadas, é necessário que o Rio de Janeiro aproveite a oportunidade de sediar os Jogos Olímpicos de 2016 para se firmar como destino turístico competitivo global para diferentes segmentos desenvolvendo programas e ações que atendam adequadamente a demanda de variados nichos de mercado em longo prazo.

Assim sendo, um dos nichos que se destaca é o de turistas da terceira idade. Observando a evolução dos dados demográficos da população mundial ao longo do tempo, percebe-se que a terceira idade é o segmento que mais cresce no mundo. Prevê-se que, em 2050, uma em cada cinco pessoas terão sessenta anos ou mais (Organização Mundial de Saúde, 2012).

Esse aumento da longevidade da sociedade contemporânea está associado à evolução da ciência, da tecnologia e ao avanço na área da saúde aliada à infraestrutura adequada, como por exemplo, saneamento básico. O aumento da vida pós-trabalho se apresenta como uma possibilidade para os idosos aproveitarem de maneira mais extensa e com melhor qualidade o seu tempo livre (Mowen e Minor, 2003).

A imagem tradicional do idoso sedentário, inativo está sendo modificada com o auxílio de diversas áreas do conhecimento como a gerontologia e a geriatria que pesquisam a respeito dos aspectos físicos, biológicos, psíquicos, emocionais e sociais do organismo em idade avançada (Longo; Silva; Sampaio, 2008).

Percebe-se que o idoso possui uma vida ativa e que cada vez mais encontra no turismo o meio de atingir satisfação e prazer. De acordo com estudos da Associação Brasileira de Agentes de Viagens, esse público representava, em 2005, entre 16% e 35% dos clientes ativos das empresas do setor turístico.

Este trabalho tem por objetivo apresentar *guidelines* que oriente a elaboração de projetos para capacitar a cidade do Rio de Janeiro para receber turistas da terceira idade no período dos Jogos Olímpicos de 2016. Os objetivos específicos são: expor bases para a consolidação do Rio de Janeiro como destino para terceira idade em longo prazo por meios de quatro subprojetos:

- 1) Qualificação Profissional
- 2) Adequação da Oferta Turística
- 3) Criação de um Selo Municipal de Qualidade do Turismo
- 4) Elaboração de um Guia Turístico

Para a elaboração das *guidelines* realizou-se pesquisa exploratória. Foram consultados manuais e termos de referências indicados e utilizados pelo Ministério do Turismo, além de ações e programas bem sucedidos internacionalmente.

No primeiro capítulo, apresenta-se a análise de contexto com a fundamentação teórica a respeito do turismo e a evolução dos seus conceitos. Expõe-se também a atividade no contexto mundial, nacional e no município do Rio de Janeiro, bem como os impactos no setor turístico da cidade-sede de um megaevento esportivo como os Jogos Olímpicos da Era Moderna.

Ainda no primeiro capítulo, é abordada a questão da terceira idade, sua caracterização e relação com o turismo. Posteriormente, trata-se do assunto capacitação do turismo.

No capítulo seguinte, justifica-se a escolha do tema deste trabalho, apresentando os motivos e a importância para o Rio de Janeiro em estar apto para atender com qualidade e de forma adequada turistas com idade acima de 60 anos.

Visto que, pessoas dessa faixa etária, muitas vezes, necessitam de um atendimento diferenciado decorrente do processo natural de envelhecimento.

No próximo capítulo, são apresentadas as *guidelines* para orientação de elaboração de projetos para a capacitação do Rio de Janeiro para a terceira idade no período dos Jogos Olímpicos. Essa diretrizes foram divididas em quatro subprojetos: 1) Qualificação Profissional; 2) Adequação da Oferta Turística; 3) Criação de um Selo Municipal de Qualidade do Turismo e 4) Elaboração de um Guia Turístico.

## 2 ANÁLISE DE CONTEXTO

Desde a antiguidade, as viagens sempre estiveram presentes na vida do homem, a exemplo dos povos nômades, que se deslocavam de um lugar para outro em busca de proteção e sobrevivência. Com o passar do tempo essa atividade foi se estruturando, passando a ser conceituada por estudiosos de diversas áreas do conhecimento.

Neste capítulo, será discutido a evolução dos conceitos do turismo sob diferentes pontos de vista. Bem como a atividade no contexto mundial, brasileiro, na cidade do Rio de Janeiro e os pontos positivos e negativos para o turismo quando se sedia um mega evento esportivo.

A terceira idade aparece como um segmento capaz de dinamizar a setor e diminuir os impactos da sazonalidade. Para tal, é necessário que se capacite os destinos turísticos para que se tornem aptos a oferecerem um produto turístico adequado, que atendam as necessidades específicas desse nicho de mercado.

### 2.1 TURISMO: ASPECTOS CONCEITUAIS

O homem tem realizado viagens por diversas razões, seja por comércio, esportes, eventos ou lazer. As características do mundo atual – facilidades de créditos, segurança e rapidez nos transportes e novas tecnologias – estimulam o crescente deslocamento de turistas para variados destinos (ANSARAH, 2000).

Ansarah (2000) continua argumentando que se pode considerar a atividade turística como um “agrupamento de setores” que se complementam. Com isso, é complicado definir o turismo, como setor da economia, de maneira uniforme, pois é uma atividade que se desenvolve diretamente por diversos setores da economia e indiretamente por todos os demais setores.

Os termos “Turismo” e “Turista” possuem a mesma origem francesa “*tour*” e foi empregada pela primeira vez na Inglaterra, em 1760, na expressão “*to make a tour*”, o radical vem do latim “*tornus, tornare*” que significam giro, volta, viagem ou movimento de sair e retornar ao ponto de partida (ANDRADE, 2002).

Em 1910, Herman von Schullern, economista austríaco, teria sido o primeiro a conceituar o turismo sob uma perspectiva empresarial e econômica (BENI, 2006). O turismo seria na definição do economista “a soma das operações, especialmente as de natureza econômica, diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e fora de um país, cidade ou região” (BENI, 2006, p. 34). Essa seria o marco inicial para compreensão e delimitação da atividade turística. No entanto, se restringe aos conceitos de deslocamento e permanência, excluindo a natureza do deslocamento. (MORETTO NETO; SCHMITT, 2008)

Segundo Silva (2006) o desenvolvimento do conceito de turismo se deu, a partir da segunda guerra mundial, quando se percebeu que era benéfico sair de férias pelo fato de haver renovação pessoal. Visto que, no início do processo de industrialização do mundo contemporâneo não existiam férias remuneradas.

Trigo (2002) argumenta que nas sociedades pós-industriais o turismo, assim como, o lazer, a cultura, as artes, o esporte e a preocupação com a qualidade de vida, foi se desenvolvendo, adquirindo espaço nos meios de comunicação, nas atividades internacionais, no interesse e no cotidiano das pessoas.

A Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) define o turismo como uma atividade econômica representada pela compra e venda de serviços turísticos, estabelecida entre os agentes econômicos do turismo. Acrescenta que o turismo é “uma indústria que processa recursos naturais, culturais e humanos sem desgastá-los, de forma articulada e planejada, com a missão de atender os sonhos do turista e principalmente promover o desenvolvimento sustentável local” (BACHA *et al.*, 2007, p.4).

A atividade turística é vista, frequentemente, pelo seu aspecto econômico, esquecendo-se que ela possui uma importante função social. O turismo não deve ser visto somente como fuga da realidade ou procura do prazer. “Sua prática

estimula novos olhares, novas perspectivas, novos valores e compreensão nas relações com o outro” (SOUZA, 2006, p.3).

Para Beni (2006, p.36) “o turismo é um fenômeno eminentemente social e tem como elementos os turistas, os trabalhadores e o grupo estável receptor composto pela comunidade local”. O turismo pode desenvolver dada região em níveis social, cultural e político. “As atividades originadas fazem gerar efeitos sobre o meio ambiente, e o desenvolvimento do turismo está bastante relacionado com a transformação do território”. (MORETO NETO; SCHMITT, 2008, p.3)

Em 1994, a Organização Mundial do Turismo (OMT) adota uma definição que formaliza todos os aspectos da atividade turística: “O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares distintos ao de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros”. Em 1995, a OMT entende como entorno habitual “uma certa área ao redor de seu lugar de residência acrescida de todos aqueles lugares que visita frequentemente”.

Atualmente, o setor de turismo se apresenta como fundamental para a economia mundial e brasileira, seja movimentando bilhões de dólares anualmente, seja pela criação de milhões de postos de trabalho.

## 2.2 TURISMO NO CONTEXTO MUNDIAL E NACIONAL

Durante décadas, o turismo manteve um crescimento contínuo e uma grande diversificação, até se transformar em um dos setores da economia que cresce com maior rapidez no mundo. O turismo mundial possui uma relação muito próxima com o desenvolvimento e possui um número cada vez maior de novos destinos. Essa dinâmica transformou o turismo em um setor chave do progresso socioeconômico (OMT, 2012).

De acordo com a OMT (2012), o volume de negócios do turismo se iguala ou supera aos das exportações de petróleo, produtos alimentícios ou automobilísticos. Sendo assim, o turismo se afirma como um dos principais atores do comércio internacional representando ao mesmo tempo uma das fontes essenciais de receita dos países em desenvolvimento.

Dados referentes ao turismo mundial divulgados pela OMT no documento Panorama do Turismo Internacional – Edição 2011 deixa claro a importância crescente desse setor para a economia global:

- a contribuição do turismo para a atividade econômica global está estimada em cerca de 5%;
- a contribuição estimada do número de postos de trabalho em todo mundo (direto ou indireto) está entre 6% e 7%, aproximadamente, 235 milhões de empregos em todo mundo;
- entre 1950 e 2010, as chegadas de turistas internacionais cresceram a uma taxa anual de 6,2%, e, portanto, aumentaram de 25 para 940 milhões. Em 2011, a chegada de turistas aumentou aproximadamente 4%, atingindo o número de 983 milhões. As previsões para 2012 é que haja crescimento de chegadas entre 3% e 4%;
- o turismo internacional gerou, em 2011, US\$ 1,032 bilhões (€ 741 bilhões) em receitas de exportação;
- o turismo no mundo é responsável por 30% das exportações mundiais de serviços comerciais e 6% das exportações globais de bens e serviços;
- enquanto em 1950 os 15 principais destinos absorveram 88% das chegadas internacionais, em 1970 a proporção foi de 75% e em 2010, 55%, refletindo o surgimento de novos destinos, muitos deles em países em desenvolvimento;
- dado que o crescimento tem sido particularmente rápido em regiões emergentes, a porcentagem de chegada de turistas internacionais nos países emergentes e em desenvolvimento aumentou continuamente de 32% em 1990 para 47% em 2010;
- em 2011, entre os dez primeiros destinos turísticos, as receitas cresceram significativamente nos Estados Unidos (+12%), Espanha (+9%), Hong Kong (China) (+25%) e no Reino Unido (+7).
- a liderança dos dez países com maior gasto turístico se encontram os mercados emissores emergentes – China (+38%), Brasil (+32%), Índia (+32%) e Rússia (+21%) – seguidos dos mercados tradicionais, ainda que o aumento dos gastos dos viajantes procedentes da Alemanha (+4%) e dos Estados Unidos (+5%) superaram os níveis dos anos anteriores.



Salienta-se que, mesmo com o expressivo crescimento de destinos das economias emergentes no cenário do turismo mundial, os mercados de turismo internacional continuam amplamente concentrados nos países da Europa industrializada, gerando mais da metade das chegadas internacionais de mundo (52,8%), seguida de Ásia e Pacífico (21%), das Américas (16%), Oriente Médio (4%) e África (3%) (OMT, 2012).

Os novos destinos que estão surgindo apenas serão beneficiados se o turismo se desenvolver baseado no equilíbrio entre os aspectos ambientais, econômicos e socioculturais assumindo uma gestão responsável. Negligenciando essa maneira de gerir, a atividade torna-se vulnerável e suscetível aos problemas de degradação, massificação e fragmentação podendo acarretar a autodestruição do destino (OMT, 2012).

A gestão responsável também propicia o desenvolvimento do mercado interno reproduzindo benefícios pela produção e pelo consumo. O primeiro se dá pela criação de novos postos de trabalho, e consequente ampliação da renda e o último pela inclusão de novas parcelas de consumidores no mercado turístico (OMT, 2012).

O estudo Turismo: Panorama 2020 da OMT prevê que as chegadas internacionais serão de aproximadamente 1,6 milhões no ano de 2020 em escala mundial. Sendo que 1,2 milhões dessas chegadas serão intrarregionais e 400 milhões serão de longas distancias.

Espera-se que a Ásia Oriental e Pacífico, sul da Ásia, Oriente Médio e África crescerão a taxa de mais de 5% ao ano, ante a uma média mundial de 4,1%. Conforme as previsões, as regiões mais consolidadas da Europa e das Américas apresentarão taxas de crescimento abaixo da média. No entanto, a Europa irá manter a maior parte das chegadas mundiais, porém sua participação cairá de 60% em 1995 para 46% em 2020.

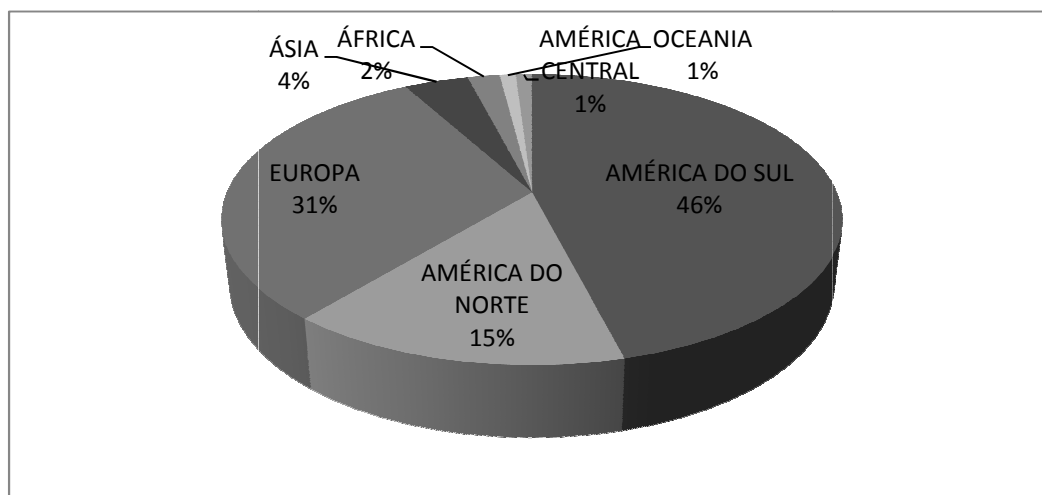
As chegadas totais de turistas por regiões mostram que em 2020 as três primeiras regiões receptoras serão Europa (717 milhões de turistas), Ásia Oriental (397 milhões) e as Américas (282 milhões) seguidas de África, Oriente Médio e Ásia Meridional.

No caso do turismo brasileiro o desempenho foi positivo na última década. Sendo assim, a atividade tem se consolidado como um importante vetor de

desenvolvimento socioeconômico para o país. Apesar dos impactos da crise financeira internacional, a estimativa é de otimismo para o setor no Brasil. Neste cenário, a realização dos megaeventos esportivos – Copa do Mundo de Futebol (2014) e dos Jogos Olímpicos (2016) – significam oportunidades para o turismo nacional e promoção da imagem do Brasil no exterior (Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014).

Conforme dados do Banco Central, os gastos dos turistas internacionais em visita ao Brasil em 2011 foram de US\$ 6,775 bilhões (14,46% a mais que no ano de 2010) (Pesquisa anual de conjuntura econômica do turismo, 2012). O total de chegadas de estrangeiros no país, em 2010, foi de 5.161.379 passageiros, o que representa um aumento de 7,5% em relação a 2009. Os turistas provenientes dos demais países da América do Sul representaram aproximadamente 46% do fluxo para o Brasil (Anuário Estatístico do Ministério do Turismo, 2012).

Gráfico 1: Chegadas internacionais de turistas ao Brasil no ano de 2010



Fonte: MTur/2010

Observa-se também que, comparando o fluxo mundial de turistas internacionais, o Brasil recebe somente 0,6% do total. Desta forma, percebe-se que o país deve desenvolver atividades relacionadas ao setor de turismo, com o intuito de atrair um contingente maior de turistas estrangeiros (FECOMÉRCIO, 2011)

O número de desembarques nacionais de passageiros, em 2011, foi de 79.049.171, o que corresponde a um crescimento de 15,8% em relação a 2010.

Conforme o MTur, esse incremento se deve, principalmente, ao aumento da renda do brasileiro, ao interesse em colocar o turismo entre as prioridades de consumo e das facilidades de acesso ao crédito no país (Pesquisa anual de conjuntura econômica do turismo, 2012).

Além dos números favoráveis de desembarque internacional e doméstico, em estudos realizados em parceria com a iniciativa privada, constata-se que o setor de turismo no Brasil está atingindo a maturidade econômica devido ao aumento da participação no mercado externo e a um incremento setorial acima das taxas de crescimento geral da economia (Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014).

Tabela 1: Faturamento da iniciativa privada

| Faturamento da iniciativa privada (% em relação ao ano anterior) |      |      |      |      |      |       |
|--|------|------|------|------|------|-------|
| CATERGORIA/ANO   | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009  |
| AGÊNCIA DE VIAGENS   | 20,1 | 2,8  | 17,7 | -1,8 | 25,6 | -4,7  |
| MEIOS DE HOSPEDAGEM  | 17,5 | 23,5 | 12   | 12,9 | 19,9 | 2,9   |
| OPERADORAS   | 47   | 17,3 | 18,5 | 18,1 | 47,1 | 2,9   |
| FEIRAS E EVENTOS   | 5,7  | 13,9 | 27,3 | 19,5 | 13,5 | 11,8  |
| LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS  | 23,3 | 33   | 42,9 | 24,1 | 47   | 1,7   |
| COMPANHIAS AÉREAS  | –    | 21,5 | 22,8 | 22,8 | 30,1 | 1,2   |
| TRANSPORTES RODOVIÁRIOS  | –    | –    | –    | 2    | 12,6 | 2,6   |
| TURISMO RECEPTIVO  | 13,5 | 15   | -4,2 | 22,1 | 13,3 | -29,4 |

**Fonte:** MTur/Turismo no Brasil: 2011-2014

Entre os destinos nacionais, a cidade do Rio de Janeiro merece destaque. Além de se posicionar como principal destino de lazer do turismo interno, a visibilidade mundial por sediar os Jogos Olímpicos de 2016 possivelmente irá desenvolver o setor turístico do município.

## 2.3 TURISMO NO RIO DE JANEIRO

A cidade do Rio de Janeiro é comumente relacionada à sua vocação natural para o turismo. A atividade turística habitualmente desperta grandes expectativas – seja pelas belezas naturais, seja pela riqueza cultural – sendo vista como capaz de

resolver problemas complexos, como possibilitar o desenvolvimento econômico e a preservação do meio ambiente (Bartholo, Delamaro e Bandin, 2005).

O desenvolvimento do turismo da cidade do Rio de Janeiro tem seu marco inicial em 1923, quando na praia de Copacabana foi inaugurado o Hotel Copacabana Palace. No entanto, foi a partir dos anos de 1950 que a cidade teve fama internacional (Scarpatti, 2001)

Conforme Scarpatti (2001), as origens do turismo no município estão ligadas à presença de paisagens, praias e mulheres. Sendo seu desenvolvimento um fenômeno não planejado, concentrado em recursos ambientais e com pouca participação local.

No entanto, de acordo com Caderno de turismo do Estado do Rio de Janeiro (2010), atualmente, a cidade do Rio de Janeiro é um polo de turismo consolidado – em escala nacional e internacional. Afirma ainda que o fenômeno do turismo “encontra-se em constante interação com a economia local, em virtude da grande disseminação de serviços” (p. 72). Sendo assim, o turismo possui uma função relevante no processo como dinamizador do setor.

Dados da Secretaria de Turismo do Governo indicam que o estado recebeu, em 2011, 31% dos 5,4 milhões de visitantes internacionais que desembarcaram no país. A expectativa é que esse número cresça 15% ao ano – até 2016 (ano olímpico) e o Rio de Janeiro receba 3 milhões de estrangeiros. Além disso, a cidade é líder do ranking do destino mais procurado para o lazer com 27,3% da demanda nacional (RIOTUR, 2012).

Em pesquisa realizada pela rede de cartões de crédito *MasterCard* (Índice *Mastercard* de Destinos Globais), no ano de 2012 a cidade do Rio de Janeiro será a cidade com maior crescimento do número de turistas. De acordo com o estudo, o município irá receber 28,6% dos visitantes internacionais pesquisados, ultrapassando cidades como Tóquio (21,5%) e Dubai (15,3%) (RIOTUR, 2012).

Ainda conforme o estudo, que classifica 132 cidades de todo o mundo, tendo como base a quantidade de turistas estrangeiros que recebem e no volume de recursos gerados, o município do Rio de Janeiro ocupa a 13<sup>a</sup> posição entre os destinos com crescimento nos gastos dos turistas, apresentando incremento de

16,1% em 2012, em relação a 2011. O fluxo turístico irá gerar US\$ 1,1 bilhão para a cidade fluminense (RIOTUR, 2012).

O turismo de eventos e negócios também se apresenta como um segmento crescente e importante para a cidade do Rio de Janeiro. Segundo dados da Embratur, apesar da crise econômica que atinge os países da Europa, houve um acréscimo de 16% na chegada de turistas europeus para esse tipo de turismo na capital fluminense (RIOTUR, 2012).

Informações divulgadas pela *International Congress and Convention Association* (ICCA), em 2011, o Rio de Janeiro ficou em 1º lugar no *ranking* brasileiro de cidades que sediaram congressos e convenções internacionais. No *ranking* mundial, a cidade está na 27ª posição, se posicionando à frente de cidades como Zurique, Melbourne e Oslo (RIOTUR, 2012).

Conforme o Rio Bureau, em 2011, o município recebeu, entre feiras, congressos e seminários nacionais e internacionais, 136 eventos, atraindo para a cidade 165 mil visitantes e gerando aproximadamente US\$ 160 milhões de renda (RIOTUR, 2012).

Além de receber eventos na cidade, o Rio de Janeiro também tem participado de feiras de turismo em todo mundo divulgando programas, atrativos, aspectos culturais. A presença em eventos desse tipo se apresenta como uma estratégia eficaz de promoção de produtos turísticos, visto que, se faz para um público direcionado e especializado (RIOTUR, 2012).

Em relação ao setor de hospedagem, em 2010 o número total de leitos na cidade era de 41.556. Todavia, com a proximidade da Copa do Mundo de Futebol em 2014 e das Olimpíadas de verão em 2016, serão construídos no município 17 hotéis, correspondendo a cerca de 10 mil quartos a mais até 2016 (RIOTUR, 2012).

Além do incremento do âmbito da hotelaria, outras oportunidades dos megaeventos para o turismo são elencadas para a cidade como: promoção e visibilidade sem precedentes; modernização e ampliação de infraestrutura e de equipamentos turísticos; qualificação de produtos e serviços turísticos; captação de novos eventos e investimentos; geração de empregos; geração de renda (SETUR, 2011).

No entanto, apesar da expectativa positiva para o desenvolvimento do turismo no Rio de Janeiro pelo fato de ser cidade-sede dos Jogos Olímpicos, é importante resaltar que nem sempre os resultados são percebidos em curto prazo. Para isso, é fundamental que a cidade se prepare por meio de projetos e programas de longo prazo aproveitando a repercussão midiática de se sediar um evento de grande porte.

## 2.4 TURISMO E OS JOGOS OLÍMPICOS

De acordo com os dados oficiais, o registros dos primeiros Jogos Olímpicos datam de 776 a.C. O nascimento dos Jogos está vinculado a história da Era Antiga e da mitologia grega. De acordo com Lancellotti (1996), o termo Olimpíada representava o calendário grego, que era contado no período de quatro em quatro anos (113). A celebração perdurou até o ano de 394 d.C., quando, por questões religiosas, foi extinta pelo imperador romano Teodósio (COB).

No entanto, aproximadamente, 1500 anos depois, os Jogos Olímpicos foram resgatados pelo pedagogo e esportista francês, Barão Pierre de Coubertin. Os primeiros Jogos Olímpicos da Era Moderna ocorreram em 1896, na cidade de Atenas (COB).

A finalidade do Barão com a reinvenção dos Jogos era “manter o esporte ligado a um ideal aristocrático, a partir do discurso do amadorismo, mas também associar a prática esportiva a um modelo burguês de educação, valorizando a igualdade de oportunidades” (PRONI, 1998). Todavia, esses ideais foram ignorados, assim que a classe emergente os observou como um produto de anúncio econômico, político, social, cultural e ideológico.

Atualmente, oportunidade em sediar as Olimpíadas desperta o interesse de empresas de diversos segmentos, entre elas, do setor turístico. De acordo com Santovito (2010), os benefícios para o turismo de se sediar um evento de grande porte são os mais variados, mas entre eles destaca:

- Ajuda a equilibrar oferta e demanda, minimizando problemas de sazonalidade típicos da baixa estação turística;
- Gera fluxos de pessoas e agrega valor à oferta turística;

- Serve como instrumento de comunicação e marketing para a atração dos participantes;
- O turista de eventos permanece mais tempo na cidade e gasta mais do que o turista de lazer;
- Valoriza os conteúdos locais, culturais, econômicos e sociais da região onde se desenvolve, inserindo-se na programação ou ainda como pano de fundo do próprio destino;
- Favorece a atuação de todo o trade turístico da localidade receptora, bem como das localidades emissoras;
- Gera negócios e motiva políticas públicas;
- Oportuniza ou gera a criação de empregos, de investimentos, de distribuição de renda e de captação de divisas;
- Os eventos são espaços para a divulgação de destinos turísticos e comercialização de produtos e serviços inerentes;
- Proporciona prestígio à cidade/país-sede, que é alvo da imagem positiva na mídia espontânea que o eventos gera.

No entanto, apesar dos benefícios para o setor de turismo citados acima, alguns estudos apresentam que, na verdade, diversas cidades-sede dos Jogos recentes sofreram uma queda no turismo no ano do evento e nos anos posteriores. Nenhuma das cidades examinadas (Pequim, Sidney, Barcelona e Atenas) apresentou expansão no ano olímpico de acordo com ETOA (Associação Europeia de Operadores de Turismo) (BBC Brasil, 2012).

De acordo com a Etoa (2012), Barcelona, considerada um exemplo quando o assunto é legado olímpico, demorou quatro anos para retomar os níveis de ocupação hoteleira anteriores ao evento. Sidney, na Austrália, viu dez grandes hotéis fecharem depois dos Jogos e serem convertidos em prédios residenciais por falta de hóspedes. Em Pequim, nos meses seguintes ao evento, o desembarque de turistas caiu 20% (BBC Brasil, 2012).

Conforme a diretora de marketing da agência governamental de promoção de turismo de Londres – London & Partners – Martine Ainsworth-Wells, o número de turistas da cidade não aumentou, somente promoveu uma mudança no perfil dos visitantes em Londres – do tradicional para o “olímpico” (BBC Brasil, 2012).

Entretanto, a diretora complementa argumentando que o efeito favorável para o turismo deve ser observado no longo prazo. Estima-se que, com a exposição que acontece com os Jogos, Londres irá receber um acréscimo de um milhão de turistas em cinco anos, e com isso ter um incremento de um bilhão de libras para a economia do país (BBC Brasil, 2012).

Sendo assim, se faz importante a criação de programas e ações de longo prazo que capacite setores do turismo na cidade do Rio de Janeiro de forma a atender com qualidade determinados segmentos de mercado.

Entre eles, observa o público de turistas da terceira idade, visto que a evolução no quadro populacional mundial e brasileiro indica que esse público é a parcela que apresenta maior índice de crescimento. Além disso, percebe-se que o idoso possui uma vida ativa e que cada vez mais encontra no turismo o meio de atingir satisfação e prazer.

## 2.5 TERCEIRA IDADE E TURISMO

O processo de transição demográfica, onde as populações estão deixando de ser predominantemente jovens, é um fenômeno global. Herédia (2002) afirma que o envelhecimento da população traz consigo uma série de repercussões para a sociedade, entre elas uma nova conceituação da velhice.

A invenção do termo “terceira idade” é recente, sendo criado pelas sociedades ocidentais contemporâneas. Essa nova etapa da vida, que se estabelece entre a vida adulta e a velhice, trás consigo um conjunto de práticas, instituições e agentes especializados, que definem e atendem as necessidades dessa população (DEBERT, 2007).

No fim da década de 60, estudos vindos da Europa sobre a mudança da imagem de velhice chegam ao Brasil. A adoção do termo terceira idade decorre de esta ser uma forma que contém menos conotação pejorativa, e por já manter certa associação a lazer, pela divulgação dos clubes de terceira idade (ARAÚJO, 2000).

O CENSO 2010 considerou pertencentes ao grupo da terceira idade os indivíduos que atingem 60 anos - conforme classificação definida pela Organização Mundial de Saúde (OMS).



Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), 1982, na Assembléia Mundial das Nações Unidas sobre envelhecimento da população, através da Resolução nº 39/125, “estabeleceu-se à idade de 60 anos como o início da terceira idade nos países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento e de 65 anos nos países desenvolvidos”.

Todavia, a padronização de todas as idades com a marca de aposentado, sob a definição terceira idade, requer que aja um novo recorte nas faixas de idade. Com isso, surge na nomenclatura francesa uma nova expressão, classificando as pessoas acima de 75 anos: a quarta idade. Dessa forma, a terceira idade passa a ser associada à “continuidade da vida ativa através da autonomia e das práticas de sociabilidade” e a quarta idade representa os muito velhos, liga a imagem tradicional da velhice, ou seja, decadência ou incapacidade física. (PEIXOTO, 2007)

### 2.5.1 Envelhecimento da População Mundial e Brasileira

De acordo com a OMS (2012), a população mundial está envelhecendo rapidamente. Entre 2000 e 2050, é esperado que a população acima de 60 anos passe de 605 milhões para 2 bilhões de pessoas.

Os países de baixa e média renda são os que vão sentir a mudança demográfica de forma mais rápida e dramática. No caso da França, foi necessário o período de 100 anos para que a parcela da população com 65 anos ou mais dobrasse de 7% para 14%. Em contraste, países como o Brasil e a China atingirão esse mesmo crescimento em menos de 25 anos (OMS, 2012).

No caso do Brasil em específico, a proporção de idosos nos municípios teve um crescimento generalizado nos últimos dez anos. O percentual de pessoas com idade superior a 60 anos aumentou de 8,6% em 2000 para 10,8% em 2010 (IBGE, 2010).

Em 78 cidades brasileiras, uma em cada cinco pessoas tem 60 anos ou mais (20% da população total). Sendo que a maior parte desses municípios – 64 – está localizada no Rio Grande do Sul, possui pequeno porte populacional (máximo de 11,5 mil habitantes) e é rural (IBGE, 2010).

Entretanto, o levantamento do IBGE (2010) destaca que 53,2% dos 20,6 milhões de brasileiros com idade superior a 60 anos vivem em municípios mais populosos (mais de 100 mil habitantes).

Com o crescimento da população com idade acima de 60 anos, bem como pelas particularidades dos indivíduos pertencentes a essa faixa etária, a segmentação do turismo para a terceira idade é possível e justificável. Há uma tendência de crescimento desse segmento.

### 2.5.2 Turistas da Terceira Idade

Os estereótipos associados ao envelhecimento devem ser reavaliados. Debert (2007) afirma que há a necessidade de se substituir a ideia de que esse período é um processo de perdas pelo entendimento de que as etapas mais avançadas da vida são momentos ideais para novas conquistas conduzidas pela busca da satisfação e do prazer. Dentre as mais variadas atividades que se pode desenvolver para atingir a satisfação e o prazer, o turismo se encontra como uma das alternativas.

A mudança no quadro populacional brasileiro exige da sociedade e de suas ramificações a especialização em serviços, até então, inexistentes para a terceira idade. No entanto, analisar esse grupo de consumidores é complicado porque se trata de um grupo bastante heterogêneo, extremamente segmentado, sendo assim, a classificação somente tendo como base a idade cronológica é muito limitada (MATTAR, 2005).

O autor explica que estas limitações impedem a análise do comportamento do consumidor da terceira idade de maneira homogênea. Inclusive porque outros aspectos sócio-econômicos – renda, ocupação, escolaridade- influenciam no comportamento de consumo. Dessa forma, “este grupo é composto por diversos subgrupos, determinados por aspectos demográficos e psicográficos, com características distintas em termos de desejos, necessidades, poder de compra, disponibilidade, etc.” (MATTAR, 2005).

De acordo com BACHA *et al.* (2007), o comportamento deste segmento é influenciado pelas mudanças ocorridas ao longo da vida - casamento, nascimento

dos filhos, aposentadoria, perda do parceiro - e pelas experiências vividas. A segmentação tendo como referência estas mudanças e as experiências pelas quais as pessoas viveram é muito mais efetiva.

A imagem que os mais velhos gastam pouco e são inativos não é mais correta. Muitos deste segmento são saudáveis e com interesse em novas experiências e produtos, e possuem renda para consumi-los. Para Solomon (2002) o conjunto com os principais valores para os consumidores idosos são: 1) autonomia: os consumidores deste segmento querem levar vidas ativas e serem autosuficientes; 2) conexão: os consumidores deste segmento valorizam os elos que têm com seus amigos e sua família; 3) altruísmo: os consumidores deste segmento querem dar algo em troca para o mundo.

Schiffman e Sherman (1991) apresentaram um novo conceito, o “idoso da nova era” (new-age elderly). Esse consumidor se sente mais jovial, confiante, independente e está aberto a mudanças, utilizando novos serviços, produtos e procura por novas experiências (LONGO; SILVA; SAMPAIO, 2008).

Por outro lado, Ferreira e Pessetto (2007) afirmam que esse consumidor se apegue mais aos antigos hábitos e permanece fiel aos serviços e produtos que consumiam em outras épocas da vida, são menos resistentes, mais abertos para considerar ofertas ou reconsiderar antigos hábitos em detrimento a marcas ou lojas, sendo seu principal objetivo o máximo proveito de seu dinheiro.

Estudos de valores e estilos de vida desse grupo consideraram que são bastante atraentes para o setor de serviços, principalmente, férias e lazer (LONGO; SILVA SAMPAIO, 2008).

A chegada a terceira idade pode significar perdas biológicas, psicológicas e sociais, no entanto, proporciona ganhos como liberdade, tempo e experiência de vida (MATTAR, 2005). Com isso, a criação de meios que estabelecem a integração entre idosos é importante, pois auxilia na manutenção de sua vida social, o que favorece a autoestima e a valorização da vida.

O turismo aparece como o principal mercado para esse público, pois com a vida estabilizada, essa população tem maior tempo disponível para conhecer novos lugares (FERREIRA; PESSETTO, 2007). Em geral, o grupo de indivíduos pertencente a terceira idade por ter disponibilidade de tempo – maioria aposentada

com filhos criados – por economizar mais dinheiro, possuir bens materiais, se torna público em potencial para investir parte de sua renda com viagens e passeios para conhecer novos lugares (MOLETTA, 2000)

Os idosos gostam de viajar e fazem disso um hábito. Entretanto, Souza (2006) salienta alguns fatores que os impossibilitam de realizar essa prática: falta de saúde e de companhia, violência urbana e baixo rendimentos.

Uma oportunidade para o mercado turístico em relação a terceira idade é a diminuição dos impactos da sazonalidade. A baixa temporada, período em que outros segmentos do turismo não procuram pacotes turísticos por motivos de trabalho ou estudo. Os aposentados têm disponibilidade para viajar nesse período, com isso, podem amenizar o problema ao compor um fluxo contínuo na baixa temporada.

De acordo com Senfft (2004, p.73) “O direito ao turismo pelas pessoas da terceira idade é assegurado no Código de Ética Mundial para o Turismo, porquanto em seu Artigo 2, que trata do turismo como instrumento de desenvolvimento pessoal e coletivo”. Em se tratando de Brasil, a EMBRATUR possui a Política Nacional do Idoso criada pela Lei Nº 8.842/94, regulamentada pelo Decreto nº 1.948/96 “que tem o objetivo de assegurar direitos sociais do idoso, criando condições para promover sua autonomia, integração e participação efetiva na sociedade (Artigo 1º)”.

Além disso, as considerações formuladas na Carta de Recife sobre Turismo para a Terceira Idade que foram adotadas por aclamação no encerramento da *International Conference on Senior Tourism* (OMT, 1997), recomendam a necessidade de que os profissionais do setor devem assegurar que os serviços e produtos ofertados possibilitem a esse segmento:

- atividades educativas e culturais;
- atividades de espetáculos e de ar livre;
- interação com a população e com os lugares visitados;
- instalações para atividades sociais;
- dimensão e ritmo adequados das atividades turísticas.

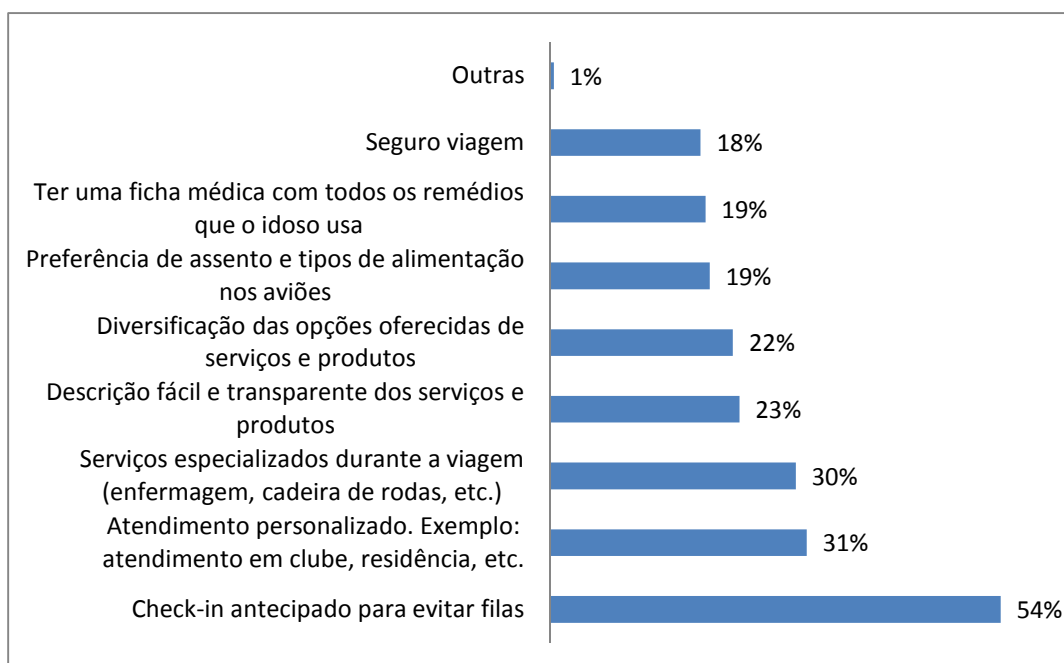
Com o objetivo de traçar o perfil, preferências e dificuldades dos turistas da terceira idade no Brasil, foi realizada a pesquisa “Hábitos de Turismo na Terceira Idade” (2012) pelo Programa de Administração de Varejo da Fundação Instituto de

Administração (PROVAR/FIA) em parceria com o Instituto Brasileiro de Executivos do Varejo (IBEVAR).

Os dados do estudo são fundamentais no que tange o conhecimento das necessidades e carências dos turistas acima de 60 anos de idade em relação a oferta de serviços e produtos turísticos no país.

Em relação as agências de viagens, os idosos gostariam que as mesmas oferecessem: check-in antecipado para evitar filas; atendimento personalizado; serviços especializados durante a viagem; descrição fácil e transparente dos serviços e produtos; diversificação das opções oferecidas de serviços e produtos; preferência de assento e tipos de alimentação nos aviões; ter uma ficha médica com os remédios; seguro viagem.

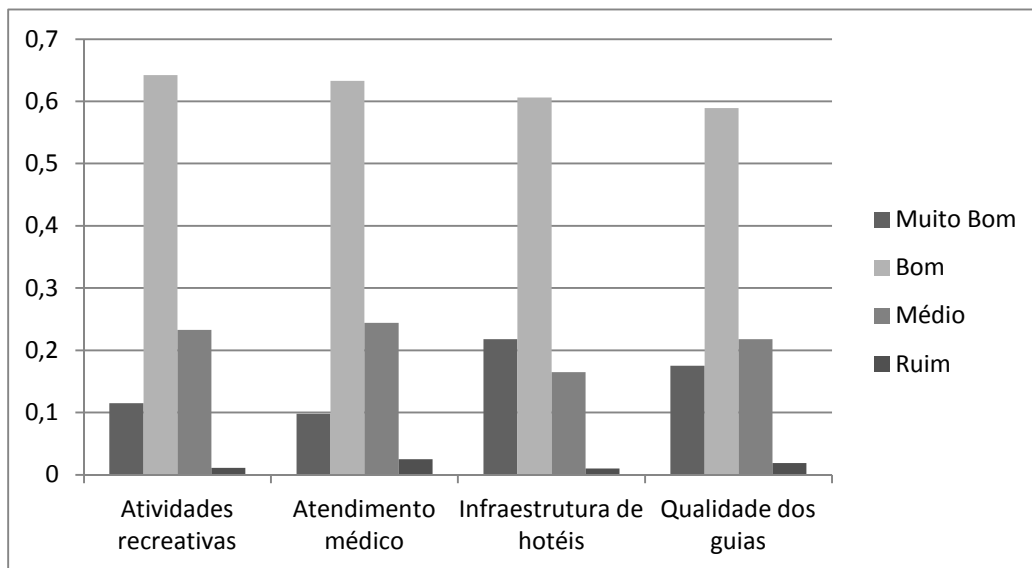
Gráfico 2: Exigência dos idosos em relação a agências de viagens



**Fonte:** Pesquisa “Hábitos de Turismo na Terceira idade” (PROVAR/FIA, 2012)

Em relação à qualidade dos serviços prestados em uma viagem, observa-se que mais da metade dos idosos os avaliam como muito bom ou bom. No entanto, ainda há uma porcentagem significativa de turistas que não estão satisfeitos com os serviços.

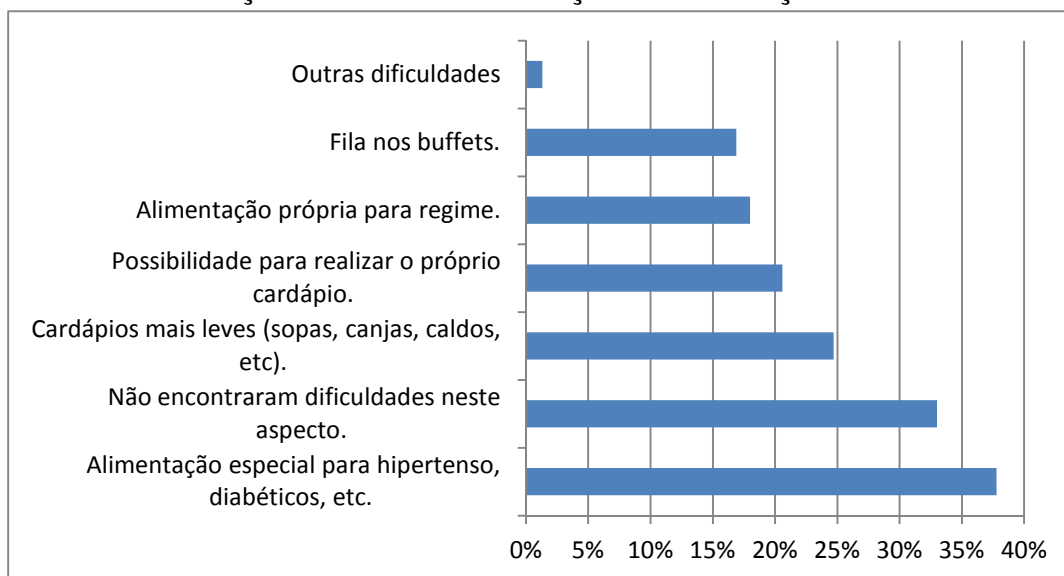
Gráfico 3: Avaliação dos serviços prestados em uma viagem



**Fonte:** Pesquisa “Hábitos de Turismo na Terceira idade” (PROVAR/FIA, 2012)

Um aspecto levantado no estudo informa sobre as dificuldades em relação a alimentação. A exigência de alimentos especiais para hipertensos e diabéticos foram mencionados por 37,8% dos entrevistados. Além de, cardápios mais leves, como sopas, canjas, caldos (24,7%) e a possibilidade de realizar o próprio cardápio (20,6%).

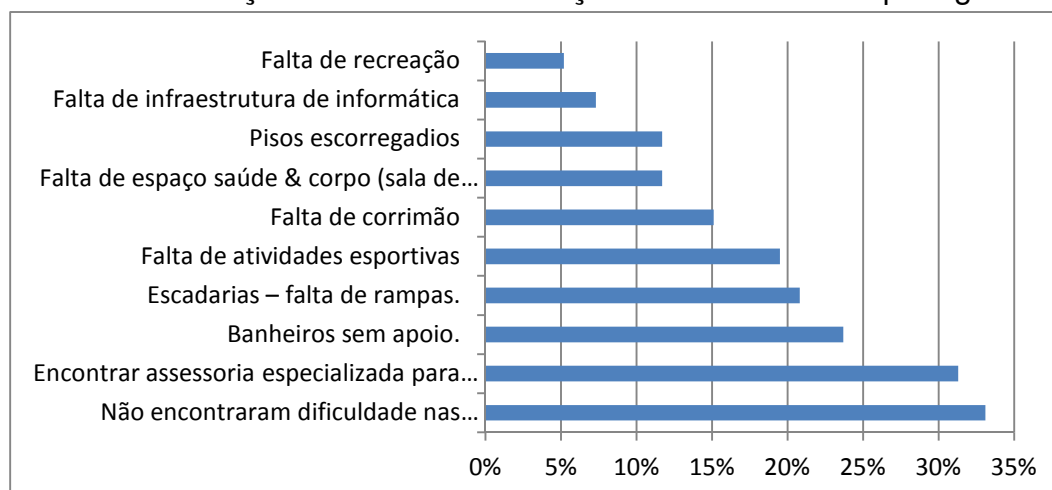
Gráfico 4: Avaliação dos idosos em relação a alimentação oferecida



**Fonte:** Pesquisa “Hábitos de Turismo na Terceira idade” (PROVAR/FIA, 2012)

Em relação aos meios de hospedagem, as queixas mais recorrentes foram: não encontrar assessoria especializada para atender diferentes faixas etárias (31,3%); banheiros sem apoios (23,7%) e a falta de rampas de acesso (20,8%).

Gráfico 5: Avaliação dos idosos em relação aos meios de hospedagem



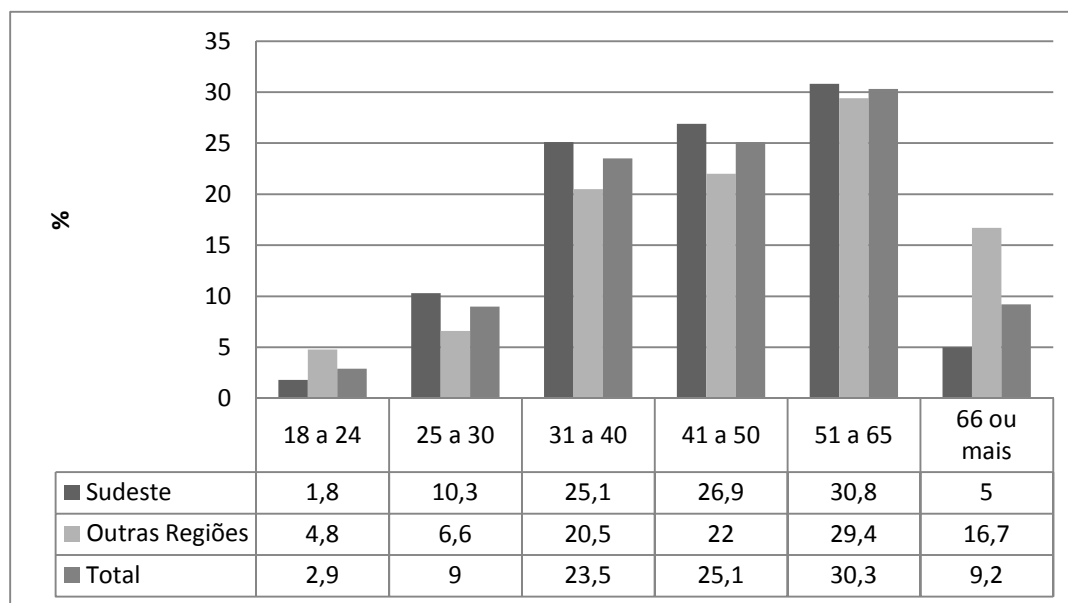
**Fonte:** Pesquisa “Hábitos de Turismo na Terceira idade” (PROVAR/FIA, 2012)

Outro dado importante da pesquisa se refere à preferência de 68,7% em realizar viagens dentro do Brasil e que 96,5% destas são viagens de lazer. Assim sendo, esse público se apresenta como um segmento de mercado em potencial.

### 2.5.3 Turismo da Terceira Idade no Rio de Janeiro

De acordo com pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE –USP) em 2005, solicitada pela Secretária Especial do Turismo da Prefeitura do Rio de Janeiro (SETUR, 2008) presente no documento “Perfil do Turista Doméstico que visita o Rio”, com o objetivo de elaborar uma tabulação especial com o recorte do Município do Rio de Janeiro como destino doméstico, a participação de turistas com 66 anos ou mais que visitam o Rio de Janeiro representou 9,2% do total de turistas.

Gráfico 6: Perfil etário do turista doméstico que visita o Rio de Janeiro



Fonte: FIPE-USP/ 2005

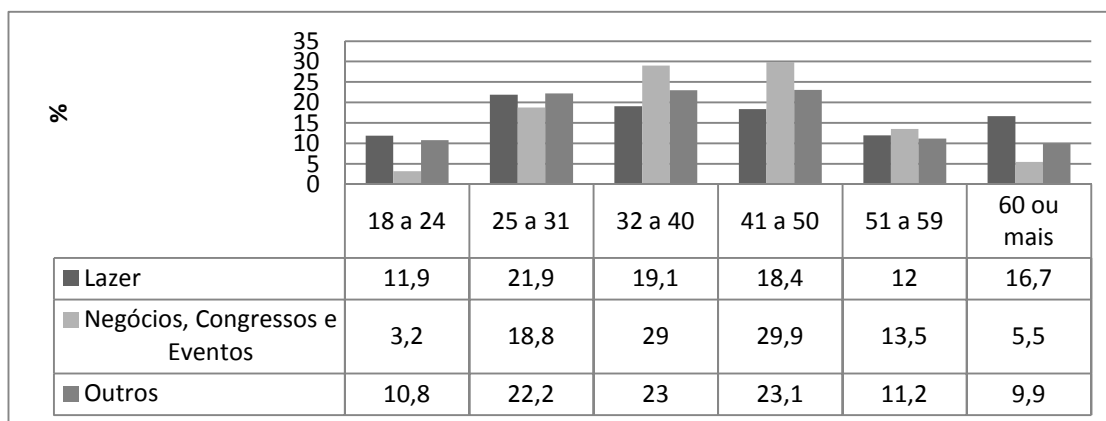
Percebe-se também o número expressivo de indivíduos com idade entre 51 e 65 anos que visitam a cidade, 30,3%. Os dados apresentados indicam a importância do segmento do turista da terceira idade para o Rio de Janeiro, tendo em vista que a porcentagem de turista com idade entre acima de 51 anos, ou seja, pertencentes a terceira idade ou próxima de fazerem parte deste segmento, representam 39,5% de todos os turistas domésticos que visitaram na época o município.

Em outra pesquisa encomendada pela SETUR à FIPE (2006) com o intuito de descrever e analisar características particulares dos turistas internacionais que visitam a cidade do Rio de Janeiro presente no documento “Perfil do Turista Internacional que visita o Rio” (2008), verificou-se 12,6% tinham 60 ou mais anos de idade. É interessante observar a participação considerável desses indivíduos que viajaram a lazer ao município (16,7%)

Em relação aos indivíduos com idade entre 51 e 59 anos a porcentagem total de turistas estrangeiros que ingressaram na cidade foi de 12,2%. Sendo assim, o percentual de turistas internacionais com idade acima de 51 anos é de 24,8%.



Gráfico 7: Perfil etário do turista internacional que visita o Rio de Janeiro



Fonte: FIPE-USP/ 2005

A análise desses dados aponta para importância desse segmento de mercado para o turismo no município do Rio de Janeiro.

De acordo com informações apresentadas pelo Programa do MTur “Viaja Mais Melhor Idade” em 2010, a cidade do Rio de Janeiro se encontrava na 18ª posição entre os destinos mais procurados pelos consumidores da terceira idade que participaram do programa nos anos em que ele estava em execução – 2008 a 2010.

Em pesquisa realizada em 2011, pelo MTur no 6º Salão de Turismo – Roteiros do Brasil na cidade de São Paulo com indivíduos com idade superior a 60 anos, observou-se que a metade dos entrevistados tem preferência pela região nordeste (50,1%) para realizar viagens, em segundo lugar está a região sul (26,7), ficando a região sudeste com 7,8% da preferência juntamente com a região norte.

A falta de interesse em desenvolver o turismo para a terceira idade fica evidente na publicação “A Política de Turismo do Estado do Rio de Janeiro diante dos megaeventos” (2011) em que, apresentam-se projetos de desenvolvimento de segmentos turístico e não se menciona qualquer projeto voltado para esse nicho de mercado. Os projetos em andamento são: turismo religioso; turismo rural; turismo de aventura e ecoturismo.

Com a observação e análise das informações apresentadas, percebe-se que há a necessidade dos destinos, que se propuserem a desenvolver o turismo para a terceira idade, em se capacitarem para estarem aptos a oferecerem serviços de

qualidade e que atendam as necessidades específicas do referido nicho de mercado.

A capacitação do Rio de Janeiro é fundamental para que a cidade se torne mais competitiva no mercado interno e externo em relação ao turista da terceira idade. Além disso, o Rio de Janeiro já possui um mercado potencial favorável para explorar o turismo para faixa etária acima de 60 anos.

## 2.6 CAPACITAÇÃO DO TURISMO

O maior desafio do setor de turismo é dar impulso ao desenvolvimento com garantia de sustentabilidade e competitividade. Ações preventivas orientadas à qualificação de pessoas em locais com previsão de investimentos, em que serão criados novas ocupações e empregos, são medidas que podem evitar o crescimento desordenado e não inclusivo do setor.

Conforme publicação sobre o Programa Nacional de Qualificação Profissional e Empresarial do Turismo (MTur, 2006), é necessário que se eleve a qualidade da prestação de serviços e dos produtos ofertados para que o turismo brasileiro se torne competitivo.

Em pesquisas realizadas pelo MTur (2006) com turistas nacionais e internacionais, o tema da qualidade na prestação de serviços é citado como falha. O que se observa é que o setor é heterogêneo, com grandes diferenças nos padrões de qualidade.

Ainda de acordo com a publicação acima referida, o empresariado brasileiro, com o acirramento da concorrência, percebeu que o diferencial para a sua competitividade tem forte componente na qualidade do atendimento, visto que o custo de troca do bem ofertado é baixo para o consumidor, fato que dificulta atingir a fidelização.

Por outro lado, a qualidade dos serviços turísticos se ampliada e promovida com base no sistema de certificação, com referências de padrões mínimos para produtos e serviços, também será capaz de impactar positivamente na competitividade e provocar melhorias expressivas no atendimento ao cliente e na prestação de serviços (MTur, 2006).

Contudo, a ausência de um modelo referencial de qualidade para os variados padrões e categorias de empreendimento e de um sistema abrangente de certificação/classificação dos serviços turísticos, se apresenta também como um entrave a promoção e comercialização dos produtos turísticos brasileiros, principalmente no mercado internacional (MTur, 2006)

Sendo assim, se faz necessário a criação de programas de capacitação turística para que as lacunas sejam preenchidas e o setor de turismo no Brasil e no Rio de Janeiro se torne competitivo mundialmente. Entre as iniciativas que podem ser tomadas, ressalta-se a qualificação profissional, a adequação da oferta turística, criação de um selo da qualidade e a elaboração de um guia turístico.

#### 2.6.1 Qualificação Profissional

O turismo é responsável pela geração de 6% a 7% do total de empregos no mundo, segundo a OMT. No Brasil, de acordo com a metodologia recomendada pela OMT e dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), do Ministério do Trabalho e Emprego, o mercado formal de trabalho nas Atividades Características do Turismo (ACTs), o país passou de 1,71 milhões de pessoas empregadas, em 2002, para 2,27 milhões de pessoas empregadas em 2008. No ano de 2008, este número correspondeu a 5,76% do total de empregos formais acumulados no Brasil (Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014, 2010).

Para o cálculo do número total de ocupações formais e informais, o Ministério do Turismo (MTur) considera a relação de dois empregos informais para cada emprego formal. Desta forma, no ano de 2008, existiam 6,81 milhões de ocupações formais e informais nas ACTs em todo o Brasil (2010).

Uma das deficiências do mercado de trabalho em turismo está atrelada à eficiência e à efetividade da qualificação profissional, que impacta diretamente a qualidade dos serviços prestados, e a ampliação e valorização das ocupações do turismo (MTur, 2010).

Essa lacuna está relacionada à carência de informações sobre a mão de obra no Brasil tanto em relação à demanda, quanto à oferta de qualificação. Desta forma, constata-se a necessidade de realizar mapeamento constante destes dados de

maneira a agir de modo integrado com as instituições que atuam no setor, com foco nas demandas do mercado (MTur).

Segundo o Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014 elaborado pelo MTur em 2010, há no Brasil um conjunto de instituições que oferece qualificação profissional de um modo geral e em específico para o turismo. No entanto, esta atuação nem sempre acontece de forma articulada e integrada, tendo como produto a sobreposição de esforços e desperdício de recursos.

As ações de qualificação desenvolvidas pelo Mtur ocorreram sem que fossem definidas estratégias de objetivos e metas claras. As iniciativas foram implementadas sem estabelecimento prévio de diretrizes que assegurassem a identidade e a convergência dos esforços realizados (MTur, 2010).

Somando-se a isso, as pesquisas responsáveis por verificar, qualitativa e quantitativamente, as necessidades de ações de qualificação profissional para o turismo são insuficientes ou inexistem (MTur, 2010).

Outro entrave decorrente da ausência de articulação das instituições executoras é a carência de padrões mínimos para os cursos, de maneira que a demanda de trabalhadores e empresários sejam incorporados em políticas públicas direcionadas ao desenvolvimento do turismo. Desta forma, há a necessidade de se estabelecer uma política unificada e objetiva de qualificação dos recursos humanos para o setor (MTur, 2010).

O cenário da qualificação profissional no setor de turismo na cidade do Rio de Janeiro se assemelha ao brasileiro. Poucas informações foram encontradas a cerca de números de profissionais qualificados.

De acordo com informações do estudo apresentado pela Secretaria Especial de Turismo/ Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro intitulado “Rio Hospitaleiro: Qualificação de profissionais para o turismo”, em 2008, até 2007, não havia profissionais que atuavam no setor de turismo certificados no Rio de Janeiro.

O programa Rio Hospitaleiro – programa de qualificação para o profissional que trabalha em contato direto com o turista no Rio de Janeiro – qualificou 11.854 profissionais.

No entanto, observa-se que, ainda com dados estatísticos e informações a cerca do crescente potencial do mercado de turismo para o segmento da terceira

idade, as ações de qualificação profissional para atender esse público são inexpressiva.

A prefeitura do Rio de Janeiro em parceria com o MTur por meio do projeto “Bem Receber o Turista da Melhor Idade” realizou em 2010 e 2011 curso para qualificar 1000 agentes de viagens que atuam nas principais agências do município com o objetivo de preencher as carências no atendimento do turista idoso (Prefeitura do Rio de Janeiro, 2012).

O curso foi dividido em três módulos (I – Bem Receber o Turista da Melhor Idade; II – Cuidados de saúde, Prevenção de Quedas e Acidentes com o Turista da Melhor Idade; III – Cidade do Rio de Janeiro mais Amiga do Turista da Melhor Idade) e abordou temas como hospitalidade, envelhecimento humano e novas exigências do turista da melhor idade (Bem Receber o Idoso, 2012).

O Ministério do Turismo por meio do projeto “Capacitação dos gestores de meios de hospedagem nos destinos atendidos pelo Viaja Mais Melhor Idade” que teve gerência e execução do Instituto Marca Brasil, ofereceu curso de capacitação para gerentes de meios de hospedagem no ano de 2010 (MTur, 2012)

O curso, com total de 60 horas/aula, teve foco na gestão de pessoas e se utilizou de educação baseada em competências. Os temas abordados durante o curso foram: Sustentabilidade; Empreendedorismo; Controle financeiro; Fortalecimento de equipes; Inteligência social; Hospitalidade; Otimização de resultados; Ferramentas de gestão e marketing; Economia da experiência; Gestão de pessoas.

O Instituto de Capacitação e Certificação da Associação Brasileira de Agentes de Viagens (ICCABAV) oferece regularmente o curso “Desenvolvendo Produtos Turísticos para a “Terceira Idade””, com carga horária de 8 horas (ABAV, 2012).

De acordo com o ICCABAV, o objetivo do curso é de subsidiar os profissionais de operação, atendimento e vendas das condições ideais para a criação, produção e comercialização de roteiros turísticos destinados ao público integrante da Terceira (Melhor) Idade, nicho de relevância no cenário turístico atual (ABAV, 2012).

Os principais tópicos do curso são: Características da demanda da Melhor (Terceira) Idade; Turismo e Entretenimento Sênior; Criação e Adequação de roteiros

para a Terceira Idade; Critérios de Atendimento e Vendas; Destinações priorizadas; O Programa “Viaja Mais” do Ministério do Turismo; Estratégias de Marketing pertinentes.

Essas iniciativas são, certamente, válidas. Porém, se apresentam como sendo insuficientes para suprir as necessidades diferenciadas e cuidados especiais que exigem os indivíduos desse segmento. Visto que, a demanda de turista é crescente e o número de profissionais qualificados se apresenta como sendo inexpressivo.

Dessa forma, se faz necessária pesquisa para conhecimento da real oferta e demanda por qualificação profissional para atender ao turista da terceira idade de modo que a cidade do Rio de Janeiro ofereça uma prestação de serviço e atendimento de qualidade no período dos Jogos Olímpicos de 2016.

## 2.6.2 Adequação da Oferta Turística

A oferta turística considera a quantidade de bens e serviços que empresas, governo e indivíduos podem disponibilizar, em dado período de tempo, a um certo preço. Conforme Lage e Milone (2001, pág 72), é o “conjunto de atrações naturais e artificiais de uma região, assim como de todos os produtos turísticos à disposição dos consumidores para satisfação de suas necessidades”.

A oferta turística pode ser classificada em: a infraestrutura geral e a infraestrutura específica ao turismo. A infraestrutura geral é aquela utilizada pelos habitantes e que serve também de suporte para os turistas, como a iluminação pública, segurança pública, o comércio local, etc. A infraestrutura específica corresponde aos hotéis, meios de transporte específicos, aeroportos, etc. (FECOMÉRCIO, 2010).

De acordo com a Pesquisa de Serviços de Hospedagem (IBGE, 2011), que pesquisou 5.036 estabelecimentos nos municípios das capitais, apenas 1,3% dos estabelecimentos declaram unidades com instalações adaptadas para pessoas com necessidades especiais.

Alguns direitos em relação ao turismo para a terceira idade estão regulamentados por leis. Como o Estatuto do Idoso (2003) no Artigo 20 diz: “O idoso

tem direito a educação, cultura, esporte, lazer, diversões, espetáculos, produtos e serviços que respeitem sua peculiar condição de idade”.

Outro exemplo é a lei nº 4326, de 12 de maio de 2004. Em que institui a obrigatoriedade de todos os empreendimentos de interesse turístico nos municípios do Rio de Janeiro manter adaptações e acessibilidade a idosos, pessoas com deficiência e demais no âmbito do estado.

No Brasil existe a Lei de Acessibilidade (LEI Nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000), que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida em qualquer ambiente.

O grande impulso para a aplicação da lei foi a revisão da NBR 9050 em 2004, que além de considerar as pessoas com deficiência, ampliou a abordagem para quem tem dificuldades de locomoção, idosos, obesos, gestantes etc. Em dezembro do mesmo ano, as leis 10.048 e 10.098 foram regulamentadas pelo Decreto 5296 (BRASIL, 2005).

Existe no Brasil desde 1990 um manual publicado pela Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR), que estabelece padrões e procedimentos relativos a “Recepção e acessibilidade de pessoas portadoras de deficiência a empreendimentos e equipamentos turísticos”. Este manual contém sugestões para tornar o turismo acessível a todos os brasileiros, independentemente da faixa etária ou condição física. São medidas que compreendem normatizações para: a) acesso a locais públicos e pontos turísticos; b) acesso a prédios; c) circulações internas; d) dormitórios ou quartos; e) banheiros privativos; f) transporte viário; e) transporte aéreo; e f) transporte ferroviário e metrô.

Além desse manual, o MTur em parceria com a Associação para Valorização de Pessoas com Deficiência, lançou em 2009, com o objetivo de promover o mapeamento da acessibilidade turística e a qualificação do receptivo local para o atendimento adequado a pessoas com deficiência e com mobilidade reduzida, a cartilha “Turismo Acessível” em quatro volumes.

Em relação a turismo acessível, a Espanha merece destaque, tendo em vista as iniciativas que são implementadas no país como um todo para tornar o turismo adequado para pessoas que possuem algum tipo de deficiência ou mobilidade

reduzida. Em 2011, a Comissão Europeia premiou Ávila como a cidade acessível da Europa.

Parques naturais, hotéis, restaurantes, museus e monumentos históricos são adaptados. No entanto, as instituições especializadas afirmam que essas iniciativas ainda não são suficientes para atender a demanda desse público.

Os empreendimentos turísticos do Brasil e da cidade do Rio de Janeiro já deveriam ter despertado para a realidade de que o segmento da terceira idade é um público que apresenta um potencial de consumo turístico e se adequarem para receberem esse público com qualidade.

### 2.6.3 Selo da Qualidade do Turismo

Com aumento da concorrência entre os destinos turísticos observa-se a necessidade de se definir ferramentas de diferenciação entre empresas ou empreendimentos que atuam oferecendo serviços turísticos. Entre as iniciativas que podem ser estabelecidas, destaca-se a implementação de selos da qualidade (MTur, 2011).

Desta maneira, a efetiva implementação do Selo da Qualidade do Turismo para dado destino (incluindo o desenvolvimento da respectiva infraestrutura tecnológica necessária, ou seja, as normas técnicas, os processos de avaliação da conformidade – em especial a certificação -, organismos de certificação, mecanismos de acreditação, auditores etc) possibilitará a melhora da qualidade na prestação dos serviços turísticos na localidade, colaborando para o desenvolvimento da atividade econômica e para o crescimento da competitividade do setor turístico (MTur, 2011).

O turismo mundial apresenta índices de crescimento intenso principalmente a partir da década de 1950. Nesse período, os 15 destinos de maior importância eram responsáveis por 98% das chegadas internacionais. Em 1970, esses mesmos destinos eram responsáveis por 75%, passando para 57% em 2007, evidenciando a crescente relevância de outros destinos, muitos deles em países em desenvolvimento (OMT, 2012). Sendo assim, o desdobramento do mercado do turismo mundial, se dá em um ambiente competitivo.



Com a finalidade de promover e garantir a competitividade dos seus destinos turísticos em um contexto de mercado global concorrido, países como França, Espanha, Suíça, Nova Zelândia, Peru e Chile vêm implementando selos de qualidade no turismo como estratégia (MTur, 2011) 86

A finalidade de um selo da qualidade é o de assegurar a conformidade de requisitos mínimos definidos para a prestação de serviços, assim como os desempenhos esperados e atribuir um selo às organizações que os atendam. Geralmente, os requisitos mínimos a que o serviço deve atender não estão relacionados com a categoria em que se enquadra, ou seja, tanto um serviço de categoria mais simples quanto um sofisticado podem atender aos requisitos mínimos e receber o selo (MTur, 2011).

Conforme a publicação do MTur (2011), em relação as empresas, a importância de um selo da qualidade, está em que:

- Constitui-se em uma referência técnica para o setor;
- É um mecanismo de combate à concorrência desleal;
- É uma importante ferramenta de marketing/promoção

Em contrapartida, do ponto de vista dos consumidores:

- É uma referência para a qualidade, clara, objetiva, simples e independente;
- Permite-lhe evitar produtos abaixo dos padrões;
- Auxilia e facilita na identificação dos produtos com qualidade;
- Permite-lhe selecionar aquisição do produto de acordo com sua expectativa (orientação de compra).

No Brasil, ainda não existe selo de qualidade para o turismo implementado. No entanto, a Lei Nº 11.637, de 28 de Dezembro de 2007, prevê a instituição de um Selo de Qualidade Nacional de Turismo, destinado a classificar os padrões dos serviços de empresas ou entidades prestadoras de serviços turísticos no território nacional (MTur).

Em nível nacional, o que existe nessa direção são iniciativas de certificação, todas com o apoio do Ministério do Turismo. São elas (MTur, 2011):

- Certificação de competências e ocupações no turismo;

- Certificação do sistema de gestão da segurança do turismo de aventura;
- Certificação do sistema de gestão da sustentabilidade para meios de hospedagens.

No âmbito estadual, tem-se o exemplo do Programa Bahia Qualitur e da legislação do estado do Paraná – Lei nº 16.495, que institui o Selo da Qualidade Turismo. Em que, o caso da Bahia não está mais em funcionamento e o segundo ainda não foi implementado.

No Rio de Janeiro não se tem registro de quaisquer leis ou projetos que se aborde a questão de criação de selo de qualidade para o turismo.

#### 2.6.4 Guia turístico

A importância do guia turístico se dá quando um de seus papéis é antecipar aos turistas o que irão se deparar no momento que chegarem ao destino (Torres, 2006). De acordo com Barreira (2005), os guias, geralmente, são compostos de textos e ilustrações, são segmentados e oferecem um tipo de serviço fundamental ao turismo, a informação.

Sendo assim, o guia turístico pode ser considerado como uma ferramenta de marketing que atua divulgando o destino para determinado público apresentando as características e informações de sua oferta turística.

De acordo com Ignarra (1999), os guias turísticos, devem apresentar informações a cerca de:

- atrativos naturais;
- atrativos culturais;
- calendário de eventos;
- meios de hospedagem;
- campings;
- restaurantes;
- locadoras de veículos;
- estruturas de entretenimento;
- bancos e câmbio;

- aeroportos, estações rodoviárias, ferroviárias e terminais hidroviários;
- embaixadas e consulados;
- serviços médicos;
- oficinas autorizadas de veículos;
- locais de comércio de artesanato e produtos típicos;
- shoppings.

Em se tratando de guias com informações em relação a oferta turística acessível, que possa auxiliar turistas que possuam algum tipo de deficiência ou mobilidade reduzida em sua decisão de compra, a Espanha é referência.

Os guias espanhóis oferecem informações detalhadas sobre meios de hospedagens, restaurantes, espaços e atividades de lazer, museus, monumentos, espaços naturais.

Sendo assim, é importante que se elabore um guia no Rio de Janeiro com informações detalhadas a cerca da oferta turística existente para auxiliar o turista idoso, para que este consiga desenvolver sua atividade cotidiana enquanto estiver no destino, escolhendo o estabelecimento que mais se adéqua as suas necessidade.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A realização dos Jogos Olímpicos de 2016 no Rio de Janeiro apresenta-se como uma oportunidade de transformar a cidade referência da América do Sul, além de inseri-la no mapa internacional de negócios.

Diversos setores da economia serão impactados direta e indiretamente pelo mega evento, como é o caso da construção civil, da tecnologia da informação, do turismo, entre outros. No caso do turismo, através dos Jogos, a cidade terá uma maior visibilidade em todo o mundo por meio da exposição e repercussão nos veículos de mídia da imagem do município como destino turístico (MTur).

De acordo com a Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (TURISRIO), são esperados milhares turistas de diversos países somente no período dos Jogos na cidade. Dentre estes, são estimados que, aproximadamente, 20% tenham idade superior a 60 anos.

No entanto, por meio de pesquisa bibliográfica e de observação, percebe-se que a cidade do Rio de Janeiro não está capacitada para receber turistas da terceira idade nos Jogos Olímpicos de 2016.

Dessa forma, há a necessidade de se implementar programas que atuem nessa direção tornando o município apto a oferecer um serviço de qualidade para os turistas pertencentes a esse segmento de mercado.

Como resultado das ações praticadas nos programas de capacitação da cidade espera-se que o Rio de Janeiro tenha condições de ofertar um produto de qualidade e adequado para os turistas da terceira idade nas Olimpíadas de 2016, posicionando-se como destino competitivo para esse nicho de mercado por meio da qualificação de profissionais, da adequação da oferta turística, da criação de um selo da qualidade e da formulação de um guia tornando-se referência mundial na prestação de serviços.

Para criação desses programas é fundamental que estes estejam orientados por diretrizes para que os mesmos tenham eficiência e efetividade e atinjam os objetivos pretendidos.

Sendo assim, serão apresentadas diretrizes bases para guiar a formulação de projetos de programas de capacitação e qualificação da cidade do Rio de Janeiro para receber turistas da terceira idade nos Jogos Olímpicos de 2016.

As *guidelines* que aqui serão expostas não contemplarão todas as iniciativas que podem ser realizadas para se ter como resultado a capacitação da cidade. No entanto, para tal, optou-se pelas seguintes ações:

- Qualificação profissional;
- Adequação da oferta turística;
- Criação de um Selo da Qualidade;
- Formulação de um guia.

A capacitação da cidade do Rio de Janeiro para atender os turistas da terceira idade nas Olimpíadas, além de medidas de alcance de curto prazo, terá repercussão em médio e longo prazo, tornando-se este, um dos legados positivos dos Jogos Olímpicos para o município.

### 3.1 QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DO SETOR TURÍSTICO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO PARA A TERCEIRA IDADE

A cidade do Rio de Janeiro será sede dos Jogos Olímpicos em 2016 e para isso deve haver demanda de profissional qualificado para receber e atender o contingente de turistas esperado para o evento de grande porte.

Algumas iniciativas foram implementadas como o Programa de capacitação de profissionais “Rio + Hospitaleiro” lançado pela Secretaria Especial de Turismo/Riotur em 2010. O objetivo é de capacitar profissionais que estão no mercado de trabalho para atender ao turista visando os mega eventos esportivos.

Em nível federal, um dos focos principais no eixo das linhas de créditos para os eventos esportivos de grande porte está centrado no programa de capacitação e qualificação. No entanto, programas como o “Bem receber Copa” e o “Olá Turista”

foram interrompidos há quase dois anos, não se tendo informações de quantos profissionais exatamente foram capacitados (MTur).

Atualmente, o MTur está iniciando um novo programa com recursos do Programa Nacional de acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC) e execução no SENAC.

Essas ações são importantes. No entanto, são insuficientes no que tange ao atendimento diferenciado ao turista pertencente ao segmento da terceira idade. Dessa forma, percebe-se a necessidade de qualificação dos profissionais que atuam no setor de turismo para atender aos turistas com idade acima de 60 anos e transformar a cidade do Rio de Janeiro em uma cidade competitiva e referencia para esse nicho de mercado em nível nacional e internacional.

A implementação de um Programa de Qualificação Profissional do Turismo para atender aos turistas da terceira idade nos Jogos Olímpicos de 2016 na cidade do Rio de Janeiro deve ter por objetivo o estímulo à melhoria da qualidade e da segurança dos serviços turísticos, através da qualificação profissional continuada, fundamentada nas necessidades qualitativas e quantitativas do setor privado e dos trabalhadores do segmento, tendo em vista o aumento da satisfação do turista e da competitividade do destino.

De acordo com publicação do MTur “Programa Nacional de Qualificação Profissional e Empresarial do Turismo” (2006), planejar as iniciativas de qualificação e aperfeiçoamento nas diversas áreas do turismo é essencial. Sendo assim, se faz necessário a existência de termos de referências para desenvolver pesquisa de demanda por qualificação e aperfeiçoamento profissional em segmentos turístico do destino.

Para o conhecimento da demanda, a publicação do MTur recomenda que o estudo seja baseado em pesquisa bibliográfica, de programas, projetos e dados secundários disponíveis a cerca do objeto, relativo a empresas públicas, privadas, entidades de classe e outras fontes relevantes.

Ocorrendo lacunas ou desequilíbrio entre oferta e demanda sugere-se que se realize pesquisa qualitativa nos empreendimentos turísticos e/ou nas instituições representativas de empregadores e trabalhadores.

Definido as áreas e cargos que apresentam necessidade de qualificação e aperfeiçoamento profissional os cursos devem ter como conteúdo necessariamente as Normas Técnicas Brasileiras correspondentes, além de temas relacionados ao combate a exploração sexual e comercial infanto-juvenil no turismo (MTur, 2006).

Outra iniciativa fundamental no que se refere a qualificação e aperfeiçoamento profissional é a certificação de pessoas. Conforme o INMETRO (2008), essa ação avalia os conhecimentos e habilidades de algumas ocupações profissionais e pode ter como exigência, dentre outras: experiência profissional; formação; habilidades e conhecimento teóricos e práticos.

Existe uma lista de normas para ocupações profissionais no setor do turismo. Todavia, não existem normas específicas para o atendimento ou serviço voltado ao turista idoso. A criação dessas normas se faz necessária, visto que é um público diferenciado, que possui necessidades particulares e que demanda um atendimento que esteja de acordo com suas exigências e expectativas.

Há que se estabelecer cursos de qualificação e aperfeiçoamento em setores vinculados aos setores receptivos de aeroportos, estações de metrô, hotéis, restaurantes, taxistas, guardas municipais, voluntário e profissionais que irão atuar nos Jogos Olímpicos de 2016. De maneira que a qualificação profissional atue da forma a melhorar os índices de competitividade turística da cidade do Rio de Janeiro para os turistas da terceira idade.

### 3.2 ADEQUAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO PARA A TERCEIRA IDADE

Com a expectativa de que, aproximadamente, 20% dos turistas esperados na cidade do Rio de Janeiro no período dos Jogos Olímpicos de 2016 são pessoas com idade acima de 60 anos, observa-se a necessidade de se adequar a oferta turística do município com o intuito de oferecer um produto e prestar um serviço de qualidade para esse segmento de mercado.

Em decorrência das mudanças naturais que ocorrem no processo de envelhecimento, os idosos, recorrentemente, manifestam algum tipo de necessidade especial nos mais variados estágios. Dessa maneira, os espaços de lazer e turismo

dedicados a esses indivíduos ou que, por algum período, terão este público como usuários, devem estar adaptados às suas necessidades.

Assim sendo, é necessário que a oferta turística – atrativos turísticos; equipamentos e serviços turísticos; e, infraestrutura de apoio turístico – da cidade do Rio de Janeiro esteja norteadas por estratégias de atuação orientada ao apoio do turismo acessível e adequado à turistas idosos por meio da eliminação de barreiras e aumento da acessibilidade dos recursos turísticos.

A elaboração de manuais específicos que compreendam as questões de acessibilidade e de adequação da oferta turística para turistas com idade acima de 60 anos deve ser realizada por especialistas das mais diversas áreas de atuação como arquitetos, nutricionistas, gerontólogo, fisioterapeuta, entre outros.

Atualmente o que se observa são manuais elaborados para acessibilidade e adequação para portadores de necessidades especiais que são ampliados para indivíduos com mobilidade reduzida e incluem os idosos como público beneficiado das orientações sugeridas.

No entanto, apesar de algumas das orientações e exigências presentes nesses manuais serem convergentes para ambos os públicos, as necessidades dos idosos vão além, havendo pontos que deixam de ser contemplados por serem necessidades específicas do público idoso: a criação de cardápios especiais para diabéticos e hipertensos; a exigência de se ter médico de plantão nos meios de hospedagem, como exemplo.

Com isso, há a necessidade da criação de manuais detalhados e específicos para a adequação e acessibilidade da oferta turística para a terceira idade, visto que esse público demanda de atendimento diferenciado.

Esses manuais devem ter referência em leis e regras da ABNT. Para isso, se faz necessária a proposta de leis e criação de normas de adequação da oferta turística para indivíduos da terceira idade.

Para que se possam 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 se desde já avaliadas para a inclusão do idoso no turismo.



Sendo assim, o setor de turismo deve iniciar a diferenciação dos produtos oferecidos aos idosos em seus projetos e estratégias. Atualmente, a oferta turística é direcionada ao segmento na faixa de 30 a 40 anos (FIPE-EMBRATUR/DEPEM) que possui características e necessidades distintas.

Em relação a normas da ABNT, não existe nenhuma que aborde a questão do idoso nos equipamentos turísticos ou em normas para cargos e ocupações. O idoso é incluído na classificação de mobilidade reduzida.

É importante ressaltar que com o processo de envelhecimento não é só a mobilidade que fica comprometida. A população da terceira idade sofre restrições frente a situações e necessitam de cuidados especiais. Devido às alterações inerentes ao processo de envelhecimento poderão enfrentar muitas situações de restrição.

Segundo Bins Ely e Dischinger (2006), as restrições podem se classificar em quatro categorias conforme a relação entre indivíduos e ambiente:

- Restrições físico-motoras: referem-se ao impedimento ou dificuldades encontradas em relação ao desenvolvimento de atividades que dependam de força física, coordenação motora, preciso ou mobilidade;
- Restrições sensoriais: referem-se às dificuldades na percepção das informações do meio ambiente, devido a limitações nos sistemas sensoriais (auditivo, visual, paladar/olfato, háptico e orientação);
- Restrições psico-cognitivas: referem-se às dificuldades no tratamento das informações recebidas (atividades mentais) ou na sua comunicação através de produção lingüística, devido a limitações no sistema cognitivo;
- Restrições múltiplas: decorrem da associação de mais de um tipo de restrição de natureza diversa.

Além dessas restrições, o processo de envelhecimento acarreta mudanças ligadas à alimentação e nutrição. Problemas relacionados à anorexia, diminuição do olfato, dificuldade de mastigação, desordens digestivas e de má absorção de nutrientes, exercem um papel importante na saúde destes indivíduos, podendo levá-los a um distúrbio nutricional (FELIPE, 2006).

Em função de doenças crônicas não transmissíveis desenvolvidas ao longo do processo de vida – obesidade, hipertensão arterial, doenças cardiovasculares,

dislipidemias, osteoporose, constipação intestinal e diabetes mellitus requerem uma alimentação especial, com restrição de alguns alimentos e incentivo ao consumo de outros (FELIPE, 2006).

Devido as particularidades dos indivíduos da terceira idade, se faz necessária a criação de leis, normas e manuais que orientem a oferta turística na cidade do Rio de Janeiro a se adaptarem para fornecer um serviço e produto que atenda as exigências desse segmento(FELIPE, 2006).

### 3.3 CRIAÇÃO DE UM SELO DA QUALIDADE MUNICIPAL DO TURISMO DO RIO DE JANEIRO PARA A TERCEIRA IDADE

Os grandes eventos em que a cidade do Rio de Janeiro está envolvida – Copa do Mundo de Futebol em 2014, Olimpíadas e Paralimpíadas em 2016 e os demais eventos relacionados – significam um desafio e uma oportunidade para promover a qualidade dos serviços turísticos fluminenses.

Atrelado a isso, o potencial crescimento do turismo praticado por pessoas com idade acima de 60 anos e a percepção da carência de estrutura física e de pessoal capacitado para atender a esse público em particular, vê a necessidade do estabelecimento de um Selo de Qualidade de Turismo para a Terceira Idade no município do Rio de Janeiro para os Jogos Olímpicos de 2016.

O estabelecimento desse Selo de Qualidade é, por conseguinte, um importante mecanismo de promoção da competitividade e a diferenciação entre as organizações que oferecem serviços turísticos para esse segmento de maneira a auxiliar os turistas em suas decisões de compra.

Sendo assim, com o propósito de promover a qualidade do turismo para a terceira idade no município do Rio de Janeiro e a sua inserção competitiva no contexto do mercado, deve-se procurar adotar os princípios que, de maneira mais abrangente, vêm sendo reconhecidos.

Dessa forma, a iniciativa fluminense para a qualidade no turismo para a terceira idade deve atender, simultaneamente, às diversas formulações que vêm sendo consagradas ou comumente aceitas.

Basicamente, um Selo da Qualidade Municipal do Turismo para a Terceira Idade deve ser fundamentado em um sistema consistindo de normas técnicas para a qualidade dos serviços turísticos e um processo de certificação dos empreendimentos turísticos. Ou seja, a obtenção do Selo é uma consequência da conformidade às normas técnicas em um processo de certificação.

Assim sendo, o momento se apresenta oportuno para a criação de um selo da qualidade do turismo no Rio de Janeiro. A visibilidade mundial da cidade em virtude dos eventos esportivos que acontecerão nos próximos anos, principalmente as Olimpíadas de 2016, se apresenta como uma oportunidade de promover a qualidade dos serviços turísticos do município.

Além disso, percebendo o mercado em potencial de turistas com idade superior a 60 anos e a carência de produtos e serviços voltados exclusivamente para esses consumidores no setor turístico, se faz relevante a criação de um selo da qualidade para o turismo da terceira idade na cidade do Rio de Janeiro.

Com a criação e posterior implementação do Selo de Qualidade para o Turismo para Terceira Idade, o Rio de Janeiro se posicionará como destino competitivo para esse segmento de mercado. Tendo em vista que, iniciativas como esta são inexistentes no Brasil. Em nível internacional a cidade também se torna competitiva ao criar parâmetros que assegurem a qualidade dos serviços que serão ofertados.

### 3.4 GUIA DA OFERTA TURÍSTICA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO PARA A TERCEIRA IDADE

A capacitação da cidade do Rio de Janeiro para receber turistas da terceira idade no período dos Jogos Olímpicos de 2016 se faz necessária. No entanto, além da implementação das ações sugeridas anteriormente neste trabalho – qualificação profissional, adequação da oferta turística e a criação de um selo da qualidade – é importante que se crie ferramentas que possibilitem aos consumidores o acesso à informação a cerca da oferta turística que apresenta serviços e produtos de acordo com as exigências recomendadas em leis, normas e manuais para turistas idosos, de forma a auxiliar na decisão de compra.

Uma opção para que se atinja este objetivo é a formulação de um guia de ofertas turísticas acessíveis e/ou adaptadas da cidade do Rio de Janeiro para indivíduos da terceira idade.

A elaboração do guia deverá contar com uma equipe multidisciplinar que irá avaliar os recursos turísticos em relação a “fichas de diagnósticos” que determinará os requisitos mínimos que determinado estabelecimento deverá reunir para ser considerado apropriado para a terceira idade. Esta ferramenta deve ser avaliada e aprovada por diferentes entidades especializadas no assunto.

O guia terá por finalidade apresentar a oferta turística da cidade do Rio de Janeiro que é acessível aos idosos visando à melhora da experiência dos turistas que a visite.

Seu conteúdo deverá oferecer informações úteis sobre os equipamentos turísticos que ofereçam aos visitantes, por exemplo: banheiros adaptados, elevadores ou rampas de acesso, cardápios especiais para diabéticos e hipertensos. Enfim, deverá conter com detalhes todas as características de cada estabelecimento, de maneira que o usuário tome suas próprias decisões em função de suas necessidades.

Salienta-se que o guia será utilizado também como ferramenta divulgadora da cidade do Rio de Janeiro como destino para o segmento da terceira idade, servindo como estratégia de marketing.

Dessa maneira, o guia atuará beneficiando ambas as partes envolvidas – empresas e turistas – visto que para este se apresenta como uma forma de orientar sua decisão de compra e para aquele funciona como uma forma de divulgação dos seus serviços e produtos para um mercado já direcionado.

O público-alvo desse guia, além dos próprios turistas, são os profissionais de turismo, multiplicadores como recepcionistas e concierges, condutores de passeios, e agências de turismo receptivo, entre outros. Com a informação compilada em um único documento, esses profissionais poderão atuar de forma orientada no que tange prestar serviços de qualidade para esse público.

Dentre os diversos canais de comunicação consultados pelos turistas, o guia se apresenta como uma opção que pode influenciar na decisão final da viagem. Além disso, a consulta ao guia se dá também durante a viagem auxiliando no

processo de tomada de decisão do turista em relação a onde se alimentar, se hospedar, atrativos para visitar, entre outros.

No caso de um guia turístico para orientar os turistas da terceira idade na cidade do Rio de Janeiro, esse instrumento irá atuar como um dos meios de promoção de venda do município como destino para esse segmento.

Uma das exigências feitas por turistas idosos é a necessidade de serem adequadamente informados sobre os recursos turísticos, com detalhes de suas funcionalidades e serviços, a fim de desenvolverem as suas vidas diárias de forma normal e realizar as escolhas de consumo que melhor se adequa as suas necessidades.

Dessa forma, é indispensável que se elabore um guia que selecione e forneça informações detalhadas e objetivas da oferta turística da cidade do Rio de Janeiro acessíveis e adequadas a terceira idade.

Além disso, torna a cidade mais competitiva ao apresentar informações claras sobre sua oferta turística

### 3.5 BENEFÍCIOS DA CAPACITAÇÃO EM LONGO PRAZO

No Brasil, apesar de algumas políticas isoladas e/ou não continuadas, o turismo para o segmento da terceira idade não é muito explorado. Poucas ações de incentivo a viagens para esse público são realizadas.

Iniciativa como o programa do MTur “Viaja Mais Melhor idade”, lançado em 2008 é deficiente se comparada a programas de incentivo a viagens em países como Chile e Espanha.

Para participarem do programa brasileiro, os meios de hospedagem ou operadoras e agências viagens que se interessavam deveriam apenas estar devidamente cadastradas no CADASTUR – Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo – e preencher um formulário indicando a intenção em fazer parte da referida ação. Não era exigido qualquer tipo de qualificação dos profissionais ou adequação da infraestrutura e dos serviços e produtos para atender esse segmento.

O MTur realizou alguns cursos de capacitação de gerentes e agentes de viagens com parceria com algumas instituições de ensino. No entanto, a participação era facultativa e voluntária. Não se tem referência do número de profissionais que foram assistidos por esses cursos.

Desde 2011, o programa “Viaja Mais Melhor Idade” não está em execução. A alegação do MTur é de que o mesmo se encontra em reformulação.

O Chile, por sua vez, desenvolveu o Programa Vacaciones Tercera Edad por meio de um engajamento entre as iniciativas pública e privada. O Programa, que é uma iniciativa do governo do chileno, por meio da Sernatur – Serviço Nacional de Turismo, órgão oficial de turismo do país, teve início em 2001.

O projeto tem como objetivo ser uma ferramenta de desenvolvimento do turismo no Chile, auxiliando empresários na redução de sua sazonalidade e trazendo condições para o desenvolvimento das diferentes regiões turísticas do país.

No programa Vacaciones Tercera Edad do Chile existe, entre outras práticas: a padronização dos processos de serviço; as características do produto e dos fornecedores são previamente definidas; existem processos de avaliação e monitoramento; acessibilidade nos hotéis; apoio as agências de viagens; subsídio de 40% no valor do pacote; Processo de certificação ISO 9001/2000 para atendimento ao idoso; Atendimento exclusivo pelos donos dos meios de hospedagem ou monitores; Informações de fácil acesso em murais nos hotéis; Atendimento médico diário nos hotéis; Critério para seleção dos destinos receptivos (MTur, 2008).

Para cada US\$ 1,00 investido pelo governo chileno, o retorno é de US\$ 2,68 dos idosos. Significando que o programa de incentivo a viagens para a terceira idade é algo não só sustentável como rentável.

A Espanha, que já possui políticas de incentivo ao turismo para a terceira idade, pelo menos desde 1985 estimulando o turismo interno e tendo relação bilateral para turismo de idosos com Portugal desde 1999, lançou o programa transnacional com países de toda União Europeia: “Europe Senior Tourism”, em 2009 (Calypso, 2010).

Os programas de turismo social implementados pela Espanha possuem compromisso com diminuição da sazonalidade do turismo e com a criação e

manutenção de postos de trabalho através de uma política ativa (EUROPE SENIOR TOURISM, 2010).

As ações espanholas fazem parte do programa Calypso que é uma iniciativa da Comissão Europeia que tem por objetivo permitir que pessoas que não possuem condições de viajar, possam passar a fazê-lo para destinos de férias na Europa, ajudando ao mesmo tempo as economias locais a ultrapassar os problemas da baixa temporada (EUROPE SENIOR TOURISM, 2010).

Para que os empreendimentos façam parte dos programas espanhóis os mesmo passam por critérios rigorosos de seleção, são supervisionados pelos órgãos responsáveis e devem obrigatoriamente oferecer serviços como assistência médica diária nos hotéis, menus especiais, guias e profissionais certificados (EUROPE SENIOR TOURISM, 2010).

Com o intuito de se estimular as viagens desse público, o governo espanhol oferece um subsídio de aproximadamente 30% do valor total das viagens. E para cada euro investido recupera 1,50 euros. Sendo essas iniciativas, assim como a chilena, financeiramente viáveis (EUROPE SENIOR TOURISM, 2010)

Desta forma, com a devida capacitação turística da cidade do Rio de Janeiro para a terceira idade, é possível se pensar em programas dessa natureza. Uma vez que se têm comprovações da viabilidade e desenvolvimento social e econômico. Além da contribuição para a construção de cidadania, de políticas ativas de emprego e da diminuição dos impactos negativos da sazonalidade turística.

#### **4 GUIDELINES PARA CAPACITAÇÃO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO PARA ATENDER TURISTAS DA TERCEIRA IDADE NOS JOGOS OLÍMPICOS DE 2016**

No presente capítulo, serão expostas as *guidelines* para orientar a elaboração de projetos com a finalidade de capacitar a cidade do Rio de Janeiro no período nos Jogos Olímpicos de 2016 para atender e prestar um serviço de qualidade e ofertar um produto adequado aos turistas da terceira idade. A proposta para nortear a habilitação do município foi dividida em quatro subprojetos: 1) Qualificação Profissional; 2) Adequação da Oferta Turística; 3) Criação de um Selo da Qualidade; 4) Elaboração de um Guia Turístico.

Para a definição das bases que devem guiar a elaboração de projetos foram consultados manuais e termos de referências indicados e utilizados pelo MTur, além de, ações e programas bem sucedidos internacionalmente.

##### **4.1 SUBPROJETO 1: QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL**

A criação de programas de qualificação e aperfeiçoamento da mão de obra é fundamental quando se objetiva a indução da melhoria da qualidade e da segurança dos serviços turísticos. Para tanto, isso se dá “por meio da qualificação profissional e empresarial continuada, com bases nas necessidades quantitativas e qualitativas do setor privado e dos trabalhadores do segmento, visando aumentar a satisfação do turista e a competitividade dos destinos” (Programa Nacional de Qualificação Profissional e Empresarial do Turismo, 2006).

Com base no exposto acima, serão apresentadas as *guidelines* para a qualificação profissional da cidade do Rio de Janeiro para os Jogos Olímpicos de 2016 visando o atendimento e prestação de serviços adequados para o público pertencente a terceira idade:



- Devem ser qualificados e/ou aperfeiçoado até o momento dos Jogos Olímpicos em 2016, 20.000 profissionais. Esse número está estimado baseado na quantidade de profissionais que devem ser capacitados para que se ofereça um atendimento qualificado para turistas da terceira idade que visitarão a cidade do Rio de Janeiro no período das Olimpíadas.
  
- Ter até 2016, Normas Técnicas Brasileiras (NBRs) de competência e ocupações publicadas, tendo como foco o atendimento e prestação de serviços a pessoas com idade acima de 60 anos. Alguns exemplos de ocupações e competências que devem ser publicadas são: monitor de hotel, guia de turismo, cozinheiro. Estas se fazem necessárias visto que esses profissionais atuam diretamente com o turista.
  
- Conforme o Termo de Referência do “Programa Nacional de Qualificação Profissional e Empresarial do Turismo” (2006) e o Programa de Qualificação “Rio Hospitaleiro” (2008), este deve se destinar à:
  - Empresas cadastradas no Ministério do Turismo, preferencialmente, de micro e pequeno porte;
  - Trabalhadores que exerçam atividades agregadoras de valor ao produto turístico (artesãos, taxistas, etc);
  - Trabalhadores residentes, preferencialmente, em localidades onde estiver ocorrendo investimentos de impacto no setor turístico ou em que o desenvolvimento do turismo tenha acarretado exclusão social;
  - Jovens em situação de risco, candidatos ao primeiro emprego ou à reinserção no mercado de trabalho;
  - Guarda Municipal do Rio de Janeiro;  
Participaram do programa “Rio Hospitaleiro” 959 guardas municipais, visto que, de acordo com a equipe de coordenação do programa, estes desempenham um importante papel no atendimento aos turistas.
  - Voluntários e profissionais que atuarão no atendimento aos turistas no momento dos Jogos Olímpicos;

- Proprietários, gerentes e/ou administradores de micro, pequenos ou médios estabelecimentos comerciais.

É fundamental que se ofereça cursos para esse público, com a finalidade de mobilizar e comprometer esses profissionais, com o objetivo de obter compromisso na liberação de seus funcionários para participarem dos cursos e na continuidade do programa de qualificação (Programa “Rio Hospitaleiro”).

- É necessário que se realize pesquisa de demanda por qualificação e aperfeiçoamento profissional em segmentos turísticos e deve apontar:
  - As necessidades de qualificação ou aperfeiçoamento profissional, de maneira hierarquizada;
  - As principais fragilidades na formação dos profissionais, por ocupação, de modo a orientar os perfis profissionais desejados pelos segmentos do setor;
  - O quantitativo da oferta de profissionais para cada segmento profissional, de maneira a subsidiar a adequação das ações de qualificação e aperfeiçoamento profissional às reais condições do mercado;
  - A abrangência, a natureza, o direcionamento e as prioridades das ações.

A recomendação para se efetuar pesquisa de demanda se encontra nos Exemplos de Termos de Referência existentes no Programa Nacional de Qualificação Profissional e Empresarial do Turismo.

- A pesquisa de demanda deverá estar baseada em pesquisa bibliográfica, de programas, projetos e dados secundários disponíveis sobre o assunto, referentes a empresas públicas, privadas, entidades de classe e outras fontes relevantes.
- Ocorrendo lacunas na formação e no desempenho, bem como eventuais desequilíbrios entre oferta e demanda quantitativa de profissionais dos diversos segmentos, deverá ser realizada pesquisa qualitativa nas instituições

representativas de trabalhadores e empregadores e/ou nos empreendimentos do setor turístico Programa Nacional de Qualificação Profissional e Empresarial do Turismo” (2006).

- O conteúdo dos cursos deverá observar, quando existirem, as Normas Técnicas Brasileiras (NBRCB54/ABNT). Isso se faz necessário, visto que, as Normas Técnicas são documento, estabelecido por consenso e aprovado por organismo reconhecido, que fornece, para uso comum e repetitivo, regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto (Termo de Referência do Selo de Qualidade, 2011).

- Os cursos devem conter módulos de idiomas (inglês e espanhol);

Verifica-se a necessidade de treinamento básico para permitir que o profissional desenvolva capacidade de comunicação instrumental nos dois idiomas. A estratégia recomendada deve considerar a diversidade de situações em termos de conhecimento prévio e disponibilidade de tempo dos profissionais.

Os dois idiomas foram escolhidos por ser o inglês uma das línguas oficiais dos Jogos Olímpicos e o espanhol ser o idioma oficial da maioria dos países da América do Sul, espera-se muitos turistas provenientes desses países, pois além dos Argentinos serem o maior mercado de turistas que ingressam na cidade, deve-se levar em conta o fluxo de turista intra-regionais citado pela OMT.

- Os cursos devem conter módulo que aborde temas de fundamentos básicos:
  - Relações humanas; Participação e liderança; Trabalho em equipe e concorrência; O processo de comunicação verbal e não verbal; Empreendedorismo.
  - Hospitalidade e ética profissional; Qualidade no atendimento; O tratamento adequado e a informação correta; Aparência, higiene e respeito; Preço dos serviços, gorjeta e gratificação.

- Legislação e responsabilidade; Profissões regulamentadas; Órgãos fiscalizadores; Responsabilidade civil e criminal; Consumo e comércio de substâncias controladas ou proibidas.
- Comunidade do turismo e os Jogos Olímpicos.

O módulo de fundamentos foi adotado pelo programa “Rio Hospitaleiro”.

- Os cursos devem conter módulo que aborde temas de aperfeiçoamento:
  - O sistema turístico; Componentes e características; Serviços públicos e privados; Transporte, hospedagem, agenciamento, alimentação, eventos e infraestrutura; Detalhamento dos Jogos Olímpicos e seu legado para a cidade do Rio de Janeiro.
  - História e cultura da cidade do Rio de Janeiro; A formação dos principais bairros; Personagens, patrimônio, lendas, costumes, crenças; As influências culturais do negro, do branco e do índio na cultura local.
  - Pontos turísticos do Rio; Atrativos naturais; A relação do indivíduo com o patrimônio natural; Preservação e educação ambiental; Ecoturismo; Programação cultural, social e religiosa. Sistema de informações aos turistas.
  - Melhorando seu desempenho profissional: conceitos avançados.

O módulo de aperfeiçoamento foi adotado pelo programa “Rio Hospitaleiro”.

- Os cursos devem conter módulo que aborde temas de conhecimentos específicos:
  - Bem receber o turista da melhor idade; O envelhecimento humano na contemporaneidade e as novas exigências do turista da melhor idade; Desafios e potencialidade do Turismo da Terceira Idade.
  - Cuidados de saúde, prevenção de quedas e acidentes com o turista da melhor idade; Hospitalidade para a melhor idade.
  - Cidade do Rio de Janeiro mais amiga do turista idoso; Tipos de Roteiros e Seguros Viagens.

O módulo de conhecimentos específicos foi adotado pelo programa “Bem Receber o Turista da Melhor Idade”, um projeto do MTur em parceria com a prefeitura do Rio de Janeiro que teve como finalidade qualificar 1000 agentes de viagens que atuavam nas principais agências do Rio de Janeiro no ano de 2011.

- É necessário que sejam realizadas avaliações de forma qualitativa e quantitativa, com o intuito de melhor diagnosticar a efetividade da aprendizagem e as possíveis dificuldades de interação entre o aluno qualificado e o turista idoso. Em termos qualitativos, a seguinte metodologia pode ser empregada para garantir a assiduidade e qualidade dos cursos:
  - No início de cada curso, as turmas respondem um questionário elaborado pela equipe técnica, chamado de Pré-Teste, de forma a se medir seu grau de conhecimento a cerca dos conteúdos do curso;
  - Todos os módulos devem possuir presença obrigatória, por meio de assinatura de lista de presença;
  - No final de cada curso, a turma responde a um segundo questionário elaborado pela equipe técnica, chamado de Pós-Teste, que permitirá medir a qualidade na transmissão dos conteúdos do curso;
  - Aplica-se também um questionário de reação contendo questões pertinentes à qualidade dos conteúdos e dos instrutores, da infraestrutura e logística dos cursos entre outros itens;
  - No final do processo, os instrutores e facilitadores elaboram relatórios de parecer sobre o desenvolvimento dos cursos, envolvimento dos participantes e sugestões de continuidade para consolidar os conceitos apresentados;
  - Envio das “Avaliações de Reação” tabuladas, com a percepção dos participantes sobre a aplicação dos cursos;
  - Todos os participantes receberam certificado de presença.

Quantitativamente, deve-se avaliar a porcentagem de inscritos em relação ao número total de empresas em cada setor, assim como verificar os índices de presença e evasão (TURISMO ACESSÍVEL, vol, II, 2009).

- Ao final do processo, os seguintes indicadores de avaliação devem ser analisados (TURISMO ACESSÍVEL, vol, II, 2009):
  - Avaliação Qualitativa: pré-teste versus pós-teste, avaliação de reação, avaliação final de aprendizagem.
  - Avaliação Quantitativa: total de pessoas aprovadas versus números de inscritos, índices de evasão;

As metas e bases propostas devem ser revisadas ao final de cada ano com base nos resultados obtidos. Além da revisão, também deverá ser prospectadas metas para mais um ano de programa.

#### 4.2 SUBPROJETO 2: ADEQUAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA

O idoso muitas vezes possui necessidades especiais decorrentes do processo natural de envelhecimento. No entanto, observa-se que há carência de equipamentos turísticos apropriados para atender ao turista da terceira idade, não só no Rio de Janeiro, como no Brasil como um todo.

Desta forma, se faz necessária a adequação da oferta turística para que se ofereça um produto de qualidade que atenda as demandas diferenciadas desse público.

Assim sendo, serão apresentadas *guidelines* para a adequação da oferta turística da cidade do Rio de Janeiro para receber os turistas da terceira idade nos Jogos Olímpicos de 2016. A maioria das diretrizes são baseadas nos volumes I, II e III do manual “Turismo Acessível” elaborado pelo MTur em parceria com a Associação para a Valorização de Pessoas com Deficiência (2009):

- Deve ser realizada a revisão das leis e normas locais complementares que disciplinam o uso do território e a prestação de serviço público (Turismo Acessível, vol. I, pag. 30, 2009);
  - É necessário incluir nesta revisão o conceito de acessibilidade e inclusão por meio do Plano Diretor Municipal, Código de Posturas, Código de Obras e Edificações, Lei de Perímetro Urbano, Lei de

Parcelamento do Solo Urbano e Lei de Uso de Ocupação do Solo e o Plano Diretor de Transporte.

- A base conceitual e normativa para promover a acessibilidade são (Turismo Acessível, vol. I, pag. 30, 2009):
  - O Art. 14 do Decreto nº. 5.296/2004 que diz: “Na promoção da acessibilidade, serão observadas as regras gerais previstas neste Decreto, complementadas pelas normas técnicas de acessibilidade da ABNT e pelas disposições contidas na legislação dos Estados, Municípios e do Distrito Federal”.
  - E a NBR 9050:2004 que: “Estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade”.
- Criação de uma Comissão Permanente de Acessibilidade – processo de planejamento participativo que inclua diferentes atores interessados (Turismo Acessível, vol. I, pag. 31, 2009).  
 Conforme o manual, a metodologia participativa tem como finalidade perpetuar as ações iniciadas como um processo contínuo de planejamento, “ações centralizadas por uma única organização correm risco de descontinuidade administrativa e dificuldades de execução e monitoramento diante de um conjunto complexo de ações que envolvem diferentes setores da sociedade local” (Turismo Acessível, vol. I, pag. 31, 2009).  
 .
- Deve ser realizado o mapeamento da acessibilidade do município do Rio de Janeiro com o objetivo de analisar, de maneira abrangente, os aspectos de acessibilidade turística às pessoas com idade acima de 60 anos, ou seja, que se supõe ter mobilidade reduzida.  
 Esse processo deve envolver visitas e observações técnicas dos equipamentos e edificações públicos e seu mobiliário urbano, assim como

das instalações e serviços dos estabelecimentos privados e dos principais pontos turísticos locais (Turismo Acessível, vol. II, pag. 11, 2009).

Para realizar o mapeamento preciso das áreas turísticas que serão trabalhadas, é necessário que estas estejam divididas por zonas para facilitar a elaboração de roteiros organizados de pesquisa de campo (Turismo Acessível, vol. II, pag. 11, 2009).

- Devem ser realizadas antes do mapeamento em campo, palestras de sensibilização para todos os setores envolvidos com o turismo, de forma a manter um canal de comunicação acessível com todos os interessados e visando facilitar o acesso às dependências dos estabelecimentos durante o mapeamento.
  - Estas reuniões e palestras devem envolver não somente os estabelecimentos de forma individual, mas também suas associações de classe, tais como as associações comerciais de bares e restaurantes, de agências de viagens, de hotéis e pousadas e dos atrativos turísticos, entre outros, assim como deve envolver setores chave como escritórios de arquitetura e engenharia (que podem estabelecer projetos padrões e facilitar o orçamento), gerentes de bancos de investimentos como a Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil (que podem estabelecer linhas de crédito diferenciadas), entre outras (Turismo Acessível, vol. II, pag. 12, 2009).
- A metodologia utilizada para o mapeamento é a visita técnica com observações *in loco* e registro fotográfico das edificações públicas e privadas, atrativos turísticos culturais, naturais e outros, além do mobiliário urbano, sinalização e transporte, feitos por pesquisadores capacitados em acessibilidade (Turismo Acessível, vol. II, pag. 12, 2009).
- A equipe de profissionais que irá trabalhar no campo deve possuir conhecimento prévio de assuntos ligados à acessibilidade e ao turismo, bem



como dos principais produtos turísticos da cidade (Turismo Acessível, vol. II, pag. 12, 2009).

- Promoção de curso de qualificação em acessibilidade para os arquitetos, engenheiros, fiscais e depois profissionais envolvidos em projetos de obras urbanas municipais e na fiscalização de edificações e vias públicas.
  - O curso deve ser desenvolvido de forma presencial, dividido em módulos, contando com a utilização de técnicas e estratégias que possibilitem a participação e a construção coletiva do processo de conhecimento sobre inclusão e acessibilidade, conforme sugerido no quadro do ANEXO... (Turismo Acessível, vol. II, pag. 12, 2009).
- Durante o mapeamento nas áreas urbanas da cidade do Rio de Janeiro, os técnicos treinados devem registrar em formulários padrões e fotografar o local pesquisado, tendo como referência o atendimento ou não aos requisitos da legislação e das normas (Turismo Acessível, vol. II, pag. 14, 2009).
- As variáveis de acessibilidade que serão analisadas e que obrigatoriamente os estabelecimentos devem ter são (Turismo Acessível, vol. II, pag. 14, 2009):
  - Acessos externos à edificação;
  - Acessos privados à edificação;
  - Acessos aos ambientes internos;
  - Sanitários;
  - Autonomia e segurança;
  - Existência de pisos táteis de alerta;
  - Existência de pisos táteis direcionais;
  - Sinalização de equipamentos;
  - Rampas, escadas e tratamento de desníveis;
  - Recepções;
  - Estacionamentos ou locais de embarque/desembarque;
  - Mobiliário, bebedouro e telefone acessível;

- Comunicação sonora para pessoas com deficiência visual.
- Os locais de devem ser avaliados são Turismo Acessível, vol. II, pag. 15, 2009):
  - Atrativos por segmento de Turismo:
    - Turismo de Aventura
    - Turismo de Saúde
    - Turismo Rural
    - Ecoturismo
    - Turismo de Negócios e Eventos
    - Turismo de Pesca
    - Turismo Náutico
    - Turismo de Sol e Praia
    - Turismo Cultural T
    - Turismo de Estudos e Intercâmbio
  - Serviços Turísticos:
    - Meios de hospedagem
    - Estabelecimentos de alimentação
    - Agências de turismo
    - Meios de transportes
  - Outros Serviços de apoio ao Turismo:
    - Postos de combustível
    - Lan house
    - Farmácias
    - Banca de jornal
    - Supermercados
    - Faculdade
    - Estabelecimentos bancários
    - Serviços de saúde
    - Comércio local

- Órgãos Públicos:
  - Prefeitura Municipal
  - Guarda Municipal
  - Fórum
  - Polícia Civil
  - Câmara Municipal
  - Polícia Militar
  - Ginásio Municipal
  - Correios
- Acessibilidade Urbana:
  - Mobiliário urbano
  - Sinalização e comunicação
  - Transporte urbano
  - Transporte rodoviário
  - Calçadas
  - Sinalização turística com o SIA
- O procedimento para o mapeamento deve ser orientado da seguinte maneira (Turismo Acessível, vol. II, pag. 16, 2009):
  - Preenchimento do formulário de campo com todas as informações pertinentes, iniciando-se pelo ambiente externo, seguido do ambiente interno;
  - Observar a planta baixa da edificação;
  - Realizar medições com a trena ou metro;
  - Entrevistar o responsável pelo local pesquisado;
  - Fotografar a edificação e identificar cada barreira existente.
- Após a análise da acessibilidade existente na edificação e nos serviços são elaborados relatórios de diagnóstico, contendo pareceres conclusivos sobre a acessibilidade nos diferentes segmentos e setores de serviços turísticos, públicos e privados (Turismo Acessível, vol. II, pag. 16, 2009).

Associação para Valorização de Pessoas com Deficiência (AVAPE) elaborou um mecanismo que possibilita ao final do diagnóstico, avaliar em que nível de acessibilidade a edificação se encontra. Trata-se do Índice de Acessibilidade, que demonstra o grau de conformidade com as normas obrigatórias de acessibilidade, para cada setor pesquisado como mobiliário urbano, edifícios e instalações, de acordo com a seguinte escala (Turismo Acessível, vol. II, pag. 16, 2009).:

- 100% - Ótima acessibilidade – Atende plenamente
- 80 a 99% - Boa acessibilidade – Atende parcialmente
- 50 a 79% - Pouca acessibilidade – Atende ao mínimo
- Inferior a 50% - Não atende ao mínimo de acessibilidade

- Criação de Normas Técnicas Brasileiras específicas para equipamentos turísticos adequados a terceira idade.

Atualmente o que se observa são Normas Técnicas elaboradas para acessibilidade e adequação para portadores de necessidades especiais que são ampliados para indivíduos com mobilidade reduzida e incluem os idosos como público beneficiado das orientações sugeridas.

Todavia, apesar de algumas das orientações e exigências presentes nesses manuais serem convergentes para ambos os públicos, as necessidades dos idosos vão além, havendo pontos que deixam de ser contemplados por serem necessidades específicas do público idoso

- Presença de um médico por pelo menos uma hora por dia nos meios de hospedagem.

Além de essa ser uma requisição do público entrevistado na pesquisa “Hábitos de Turismo na Terceira idade” (2012), também é citada como exigência para que os meios de hospedagem participem de programas de incentivo à viagens de turistas da terceira idade no Chile e na Espanha.

- Deve-se ter a opção nos bares e restaurantes dos meios de hospedagens ou não de alimentos adequados a terceira idade.

o processo de envelhecimento acarreta mudanças ligadas à alimentação e nutrição. Problemas relacionados à anorexia, diminuição do olfato, dificuldade de mastigação, desordens digestivas e de má absorção de nutrientes, exercem um papel importante na saúde destes indivíduos, podendo leva-los a um distúrbio nutricional.

Em função de doenças crônicas não transmissíveis desenvolvidas ao longo do processo de vida – obesidade, hipertensão arterial, doenças cardiovasculares, dislipidemias, osteoporose, constipação intestinal e diabetes mellitus requerem uma alimentação especial, com restrição de alguns alimentos e incentivo ao consumo de outros.

- Deve-se estabelecer um grupo de monitoramento do planejamento visando acompanhar a eficiência na execução das atividades do projeto durante sua execução (Turismo Acessível, vol. I, pag. 31, 2009).

Este monitoramento deverá ser por meio de visitas técnicas de trabalho com parceiros e prestadores de serviços para avaliação da situação em que se encontram as ações programadas, visitas estas que devem ser comunicadas com antecedência a todos os parceiros envolvidos.

#### 4.3 SUBPROJETO 3: CRIAÇÃO DE UM SELO DE QUALIDADE DO TURISMO

Com aumento da concorrência entre os destinos turísticos, observa-se a necessidade de se definir ferramentas de diferenciação entre empresas ou empreendimentos que atuam oferecendo serviços turísticos. Entre as iniciativas que podem ser estabelecidas, destaca-se a implementação de selos da qualidade (MTur, 2011).

Assim sendo, observando a crescente demanda de turistas idosos em todo o mundo, se faz necessária a criação de um Selo da Qualidade do Turismo para a terceira idade na cidade do Rio de Janeiro, com foco na qualidade dos serviços turísticos, de maneira a diferenciar o destino e torna-lo competitivo a nível nacional e internacional.

A divulgação do Selo no período anterior e durante os Jogos Olímpicos que acontecerão no município em 2016 se faz oportuno e estratégico, visto que a cidade terá uma grande visibilidade em todo mundo por ser a cidade sede do megaevento. Com essa exposição a capital fluminense pode se consolidar como destino competitivo para o segmento da terceira idade que apresenta estimativas de constante crescimento.

Abaixo serão apresentadas as bases para o desenvolvimento de um Selo da Qualidade para o Turismo da Terceira Idade da cidade do Rio de Janeiro. A elaboração dessas *guidelines* foi baseada no Termo de Referência para Selo da Qualidade Nacional do Turismo (2011) elaborado pelo MTur:

- O foco do Selo é na qualidade dos serviços turísticos. Com aumento da concorrência entre os destinos turísticos observa-se a necessidade de se definir ferramentas de diferenciação entre empresas ou empreendimentos que atuam oferecendo serviços turísticos. Entre as ações que podem ser propostas, ressalta-se a implementação de selos da qualidade.
- Ter uma marca única municipal – utilizado na identificação visual da avaliação de conformidade de um produto ou serviço turístico.
  - O Selo deve contar com um símbolo simples, claro e único;
- Utilizar a infraestrutura nacional competente – Sinmetro e ABNT.
  - No âmbito do Sinmetro/Inmetro, deve-se desenvolver a concepção da metodologia de avaliação da conformidade para a certificação e atribuição do Selo da Qualidade para serviços turísticos e os respectivos documentos normativos (Requisitos de Avaliação da Conformidade - RAC, regulamentos, regras de acreditação etc.) para a sua operacionalização
- Deve ser implementado prioritariamente nos segmentos turísticos previstos na Lei 11.771:2008 que “estabelece normas sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento,

desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e disciplina a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos”.

- Meios de hospedagem;
  - Agências de turismo
  - Acampamento turístico;
  - Parque temático;
  - Organizadora de eventos e
  - Transportadora turística.
- Deve ser realizado o levantamento e priorização das necessidades de normas técnicas para a implementação do Selo da Qualidade Municipal de Turismo para a Terceira Idade;
  - Deve ser estabelecido um Comitê Municipal da Qualidade do Turismo para a Terceira Idade. Esse mecanismo de governança deve orientar e monitorar o desenvolvimento e evolução do Selo.  
O Comitê Municipal da Qualidade do Turismo para a Terceira Idade deve contar com a representação das partes interessadas como o Governo, entidades empresariais dos diversos segmentos do Turismo, Academia, trabalhadores, organizações não governamentais, consumidores, entidades de fomento, o Inmetro, a ABNT etc
  - As atribuições do Comitê Municipal da Qualidade do Turismo para a Terceira Idade devem ser, dentre outras:
    - Direcionamento estratégico da normalização e da avaliação da conformidade no turismo;
    - Orientação para as ações de promoção da qualidade do turismo;
    - Articulações das estratégias e iniciativas da qualidade do turismo com a capacitação e da promoção da qualidade do turismo.

- O Selo Municipal da Qualidade do Turismo para a Terceira Idade deve ser orientado por um conjunto de princípios (Termo de Referência – Selo da Qualidade Nacional do Turismo, 2011):
  - Legalidade - O cumprimento dos requisitos legais pelas organizações que fornecem serviços turísticos;
  - Consistência - O Selo da Qualidade deve ser consistente e coerente com as ações para o desenvolvimento da competitividade do turismo municipal e nacional;
  - Inclusão - O Selo da Qualidade deve ser acessível a todos os tamanhos de organizações que fornecem serviços turísticos, sem prejuízo dos objetivos a alcançar;
  - Agregação de valor - O Selo da Qualidade deve ser um instrumento de competitividade e vantagem competitiva para as organizações que fornecem serviços turísticos;
  - Credibilidade - O Selo da Qualidade deve ser credível, com alto nível de integridade, para prover confiança aos usuários nas decisões de compra e estimular a adesão das organizações que fornecem serviços turísticos;
  - Imparcialidade - O Selo da Qualidade deve estar fundamentado em normas técnicas publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT e em processos de certificação executados por organismos de certificação acreditados pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – Inmetro. As referências normativas utilizadas devem estar alinhadas com as normas e outras referências internacionais;
  - Visibilidade - A marca do Selo da Qualidade deve ser visível e identificável para os usuários e para as organizações que fornecem serviços turísticos.
- O desenvolvimento e implementação do Selo deve abranger as seguintes fases (Termo de Referência – Selo da Qualidade Nacional do Turismo, 2011):



- Sensibilização – O objetivo é que as partes interessadas percebam a importância, oportunidade e utilidade do estabelecimento do Selo, em particular as empresas e os turistas. Deve-se realizar eventos para discussão do Selo e seus benefícios, bem como inserir nos diversos eventos do trade a discussão do tema. Igualmente, deve-se publicar matérias e artigos sobre o assunto na imprensa especializada e de caráter geral. A chave do processo de sensibilização é disponibilizar informação;
- Mobilização – Deve-se realizar ações de mobilização para a participação, tanto na construção quanto na adesão ao Selo propriamente dito. A mobilização deve envolver, de maneira participativa, as entidades empresariais do setor, bem como organizações não-governamentais, entidades dos consumidores, os diversos níveis de governo etc. A mobilização deve incluir ações de promoção do Selo junto aos diversos públicos. Devem ser definidos os setores de atividades prioritários para o desenvolvimento do Selo. De maneira mais específica, deve-se realizar um levantamento e priorização das necessidades de normas técnicas para a implementação do Selo da Qualidade. Esta ação deve ser desenvolvida pela ABNT. Esta priorização é, de fato, a escolha dos setores de atividades pelos quais se começarão os trabalhos de construção do Selo;
- Construção – Para cada setor para o qual se pretende aplicar o Selo, será necessário desenvolver as respectivas normas técnicas, que estabelecerão os requisitos a serem atendidos, e processos de certificação. A sua construção deve ser um processo participativo e aberto. No âmbito do Sinmetro/Inmetro, deve-se desenvolver a concepção da metodologia de avaliação da conformidade para a certificação e atribuição do Selo da Qualidade para serviços turísticos e os respectivos documentos normativos (procedimentos, regulamentos,

etc.) para a sua operacionalização. O Ministério do Turismo deve estabelecer a concepção do sistema de governança do Selo da Qualidade e sua implementação. No âmbito da ABNT devem-se desenvolver as normas técnicas priorizadas. No âmbito do Inmetro devem se desenvolver os Requisitos de Avaliação da Conformidade e as regras para a acreditação dos organismos de certificação;

- Capacitação – Estabelecidos os requisitos e respectivos processos de certificação, é necessário que as empresas os implementem. Deve-se desenvolver métodos e mecanismos de capacitação das empresas e profissionais e de assistência técnica às empresas interessadas em implementar as normas. Assistência Técnica consiste numa consultoria dedicada às empresas, efetuada por especialistas capacitados nas normas respectivas e de acordo com um método de implantação específico. Será importante articular e mobilizar o apoio de parceiros, como o SEBRAE, para viabilizar e dar densidade à assistência técnica às empresas. Por outro lado, será necessário capacitar os organismos de certificação, com especial atenção à formação de auditores e inspetores. Esta capacitação é importante para se assegurar que haverá organismos de certificação competentes para atuar no Selo e que eles disporão de auditores e inspetores competentes para realizar as avaliações das empresas e serviços;
- Implementação – Nesta fase, por adesão, as empresas se certificam e lhes é atribuído o selo. É conveniente considerar-se a disponibilização de apoios para a certificação propriamente dita. A realização de experiências piloto para cada setor de atividades pode ser útil. Estas experiências piloto consistiriam na realização de certificações para cada um dos tipos de serviço turístico acompanhadas e monitoradas, em amostras selecionadas, para se avaliar em campo a eficácia e eficiência dos mecanismos desenvolvidos de maneira a possibilitar ajustes e aperfeiçoamentos nos processos antes da sua aplicação em

larga escala. A implementação deve ser apoiada ainda por vigorosa campanha de promoção do Selo

As diretrizes aqui propostas para a criação do Selo Municipal da Qualidade do Turismo para a Terceira Idade devem ser revisadas antes da elaboração de projeto final para implementação do Selo.

#### 4.4 SUBPROJETO 4: FORMULAÇÃO DE UM GUIA DE OFERTA TURÍSTICA

A capacitação da cidade do Rio de Janeiro para receber turistas da terceira idade no período dos Jogos Olímpicos de 2016 se faz necessária. No entanto, além da implementação das ações sugeridas anteriormente neste trabalho – qualificação profissional, adequação da oferta turística e a criação de um selo da qualidade – é importante que se crie ferramentas que possibilitem aos consumidores o acesso à informação a cerca da oferta turística que apresenta serviços e produtos de acordo com as exigências recomendadas em leis, normas e manuais para turistas idosos, de forma a auxiliar na decisão de compra.

Uma opção para que se atinja este objetivo é a formulação de um guia de ofertas turísticas acessíveis e/ou adaptadas da cidade do Rio de Janeiro para indivíduos da terceira idade. Assim sendo, serão apresentadas diretrizes para a elaboração de um guia que atinja este fim:

- O guia deve ter a finalidade de apresentar a oferta turística da cidade do Rio de Janeiro que é acessível aos idosos visando à melhora da experiência dos turistas que a visite, oferecendo informações suficientes, detalhando as características e serviços. De forma que o idoso possa desempenhas suas atividades naturalmente e escolher o estabelecimento que mais se adéqua as suas necessidade.
- A elaboração do guia deverá contar com uma equipe multidisciplinar que irá avaliar os recursos turísticos em relação à “fichas de diagnósticos” que

determinará os requisitos mínimos que determinado estabelecimento deverá reunir para ser considerado apropriado para a terceira idade

As “fichas de diagnósticos” devem ser avaliadas e aprovadas por diferentes entidades especializadas no assunto (Guía de Turismo Accesible de Madri)

- O guia deve conter com detalhes todas as características de cada estabelecimento.

Seu conteúdo deve oferecer informações úteis sobre os equipamentos turísticos que ofereçam aos visitantes, por exemplo:

- Banheiros adaptados;
- Elevadores ou rampas de acesso;
- Cardápios especiais para diabéticos e hipertensos, entre outros.

- Os estabelecimentos que forem certificados e tiverem o Selo Municipal de Qualidade do Turismo para a Terceira Idade devem ter no guia a marca do Selo acrescentada das informações apresentadas nas “fichas de diagnóstico”.

- Público-alvo do guia conforme indicação do programa “Rio Hospitaleiro” (2008):

- Turistas;
- Profissionais de turismo;
- Recepcionistas de meios de hospedagem;
- Concierges;
- Condutores de passeios;
- Agências de turismo receptivo
- Centros de apoio e informação aos turistas, dentre outros.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi definir *guidelines* para orientar a elaboração de projetos com o propósito de capacitar a cidade do Rio de Janeiro no período dos Jogos Olímpicos de 2016 para atender e prestar um serviço de qualidade e ofertar um produto turístico adequado aos turistas da terceira idade.

Decidiu-se desenvolver o estudo pretendendo apresentar bases para a elaboração de projetos para o período dos Jogos Olímpicos tendo em vista que, além de não ter encontrado projetos, programas ou ações na direção de habilitar o Rio de Janeiro para turistas idosos, a repercussão e a divulgação espontânea de um evento da magnitude das Olimpíadas pode proporcionar para a cidade-sede a consolidação desta como destino turístico nacional e internacional.

A opção de ter como foco do projeto os turistas pertencentes ao segmento da terceira idade se deu pelo fato de observar que a evolução no quadro populacional mundial e brasileiro aponta este público como a parcela da população que apresenta maior índice de crescimento. Além do mais, percebe-se que o idoso possui uma vida ativa e que cada vez mais encontra no turismo o meio de obter prazer e satisfação pessoal.

Para tanto, analisou-se por meio de discussão teórica os conceitos de turismo, a importância deste para a economia mundial, brasileira e para o município do Rio de Janeiro. Foram também analisadas as questões em relação aos possíveis benefícios que um megaevento esportivo como as Olimpíadas pode proporcionar ao turismo da cidade que o sedia.

Além do mais, se examinou as características e perfil da terceira idade, comportamento de consumo, os hábitos e a importância desse segmento de mercado para o turismo da cidade do Rio de Janeiro. Foram apresentadas posteriormente informações a cerca da situação da capacitação de destinos no Brasil e no Rio de Janeiro.

Em seguida, descreve-se a justificativa para a elaboração deste trabalho. Expõe-se a importância de se capacitar a cidade do Rio de Janeiro de forma que ela se torne competitiva e referência mundial para os turistas com idade acima de 60 anos, por meio de planejamento de programas voltados para esse público, visando resultados em longo prazo.

Para melhor compreensão, a apresentação das *guidelines* para capacitar a cidade do Rio de Janeiro para o turista da terceira idade foi dividida em quatro subprojetos, são eles:

- 1) Subprojeto 1: Qualificação Profissional;
- 2) Subprojeto 2: Adequação da Oferta Turística;
- 3) Subprojeto 3: Criação de um Selo de Qualidade do Turismo
- 4) Subprojeto 4: Formulação de um Guia com Oferta Turística.

Para a definição dos subprojetos apresentado acima, foi realizada pesquisa bibliográfica, utilizando os principais manuais e termos de referências indicados e utilizados pelo Ministério do Turismo, além de programas e ações bem sucedidos internacionalmente.

A realização deste estudo apresentou algumas limitações que devem ser consideradas para a melhor compreensão do estudo apresentado. Primeiramente, a carência de informações e dados estatísticos referentes à atividade turística tanto no Rio de Janeiro, como no Brasil como um todo. Poucas informações foram encontradas seja do perfil do turista, seja do número de profissionais qualificados ou inventário turístico dos destinos.

Além disso, pouco se sabe ainda sobre o turista da terceira idade no Brasil. Observa-se a falta de interesse tanto da iniciativa privada quanto do governo para a implementação de serviços que atenda as necessidades específicas desse público, tendo como resultado poucos estudos tendo como foco o idoso.

Com a definição das *guidelines* para a capacitação do Rio de Janeiro para oferecer produtos turísticos e atender de forma adequada e com qualidade turistas da terceira idade, espera-se que sejam elaborados projetos e que se implementem ações necessárias nessa direção. De forma que o Rio de Janeiro se torne um destino competitivo mundialmente para esse nicho de mercado e que este seja um dos legados positivos dos Jogos Olímpicos de 2016 para a cidade.

## REFERÊNCIAS

A Política de Turismo do Estado do Rio de Janeiro diante dos megaeventos. Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://www.portal2014.org.br/midia/site/1-2211201116255-Amilton%20Viana%20-%20Assessor%20da%20Secretaria%20de%20Turismo%20do%20Estado%20do%20Rio%20de%20Janeiro.pdf>> Acessado em 10 de out. 2012.

ANDRADE, J. Turismo: fundamentos e dimensões. São Paulo, Ática, 2002.

ANSARAH, M.G.R. Teoria geral do turismo. In: \_\_\_\_\_(org). **Turismo – como aprender, como ensinar**. 3 ed. São Paulo:Ed. Senac, 2000, p. 11-36.

Anuário Estatístico do Ministério do Turismo, 2012 Disponível em: <[http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosfatos/anuario/downloads\\_anuario/Anuario\\_Estatistico\\_2012\\_-\\_Ano\\_base\\_2011.pdf](http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosfatos/anuario/downloads_anuario/Anuario_Estatistico_2012_-_Ano_base_2011.pdf)> Acessado em 15 de ago. 2012

ARAÚJO, C.M.S.; Turismo para a terceira idade: refletindo o futuro. **Turismo: visão e ação**. ano 3. n. 7., jul. 2000/mar. 2001.

Associação Brasileira de Agentes de Viagens. Disponível em <<http://www.abav.com.br/>> Acessado em 29 de jul. 2012.

BACHA, M.L. *et al.* Turismo: um estudo exploratório sobre estado de espírito, duração e número de viagens da terceira idade. **Anais eletrônicos SEMEAD X**, 2007. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/11semead/resultado/trabalhosPDF/128.pdf>> .Acessado em 22 de jun. 2012.

BBC Brasil em Londres. Disponível em: <[http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/07/120711\\_olympics\\_turismo\\_rp.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/07/120711_olympics_turismo_rp.shtml)> Acessado em: 30 jul. 2012.

BARREIRA, Irllys. Os guias turísticos em Berlim. p.299-320. Tempo Social, Revista de Sociologia da USP, v.17, n.1. São Paulo, 2005. Disponível em: <http://scielo.br/scielo.php?pid=S010320702005000100013&script=ciarttex&tlng=pt> Acesso em 12 set. 2012.

BARTHOLO, R. DELAMARO, M. BADIN, L. **Turismo e sustentabilidade no Estado do Rio de Janeiro**. Ed. Garamond, 2005. Rio de Janeiro.

Bem Receber o Turista da Melhor Idade. Disponível em: <http://www.bemreceberidoso.com.br/detalhe.php?publicacao=7> Acessado em 10 mar 2012

BENI, M.C. **Análise estrutural do turismo**. 11 ed. São Paulo: Senac, 2006

BINS ELY, V. H.; RIBAS, V. Parâmetros de Projeto para Moradia Tutelada da Terceira Idade. Florianópolis: Dissertação de mestrado em Engenharia de Produção, 2001

Caderno de turismo do Estado do Rio de Janeiro: passaporte para o desenvolvimento do Estado / [João Carlos Gomes, organização]. - Rio de Janeiro : Fecomércio, 2010.

Calypso Study Compendium Of Good Practices. Disponível em: [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/calypso/calypso\\_compendium\\_of\\_good\\_practices\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/calypso/calypso_compendium_of_good_practices_en.pdf) Acessado em 11 jan 2012.

Chile: Turismo Social – Melhor Idade. Excelência em Turismo: Aprendendo com as melhores prática internacionais 2008. Ministério do Turismo. Disponível em: [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/261B9ACF12BBE0928325789A0043099A/\\$File/NT00045692.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/261B9ACF12BBE0928325789A0043099A/$File/NT00045692.pdf) Acessado em 10 mar 2012

Comite Olimpico Brasileiro. Disponível em: <http://www.cob.org.br/movimento-olimpico/jogos-olimpicos> Acessado em 12 fev. 2012



A Importância Do Turismo No Brasil E No Mundo. Conselho de Turismo e Negócios da Fecomercio, 2011. Disponível em: <[http://www.fecomercio.com.br/arquivos/arquivo/economico/aimportnciadoturismo\\_nobrasilnomundofa35e192.pdf](http://www.fecomercio.com.br/arquivos/arquivo/economico/aimportnciadoturismo_nobrasilnomundofa35e192.pdf)> Acessado em 12 fev. 2012

DEBERT, G.G. A antropologia e o estudo dos grupos e das categorias de idade. In:\_\_\_\_\_. BARROS, M.M.L. (org). **Velhice ou terceira Idade? Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política**. reimpr. - 4 ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2007, p. 49-68.

Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014, 2010. Ministério do Turismo. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_no\\_Brasil\\_2011\\_-\\_2014\\_sem\\_margem\\_corte.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf)> Acessado em: 10 dez. 2011

Espanha Acessível. Disponível em: < <http://www.spain.info/es/turismo-accesible/>> Acessado em: 03 març 2012.

FELIPE, M. R. **Atenção alimentar e nutricional a turistas idosos**: um estudo da rede hoteleira de Balneário Camboriú/SC. 2006. 135f. Tese de Doutorado. Centro de Educação de Balneário Camboriú, Universidade do Vale do Itajaí, Santa Catarina.

FERREIRA, S.C.D.; PESSETTO, E. As oportunidades das empresas para atender o consumidor da terceira idade brasileiro: Um estudo exploratório das significativas mudanças de atitudes e comportamentos deste mercado crescente. **X SEMEAD, 2007**. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/10semead/sistema/resultado/trabalhosPDF/139.pdf>>. Acessado em 19 de outubro de 2011.

Hábitos de Turismo na Terceira Idade”. Programa de Administração de Varejo da Fundação Instituto de Administração (PROVAR/FIA). 2012. Disponível em: <[http://www1.fia.com.br/boletim\\_120/noticia2.html](http://www1.fia.com.br/boletim_120/noticia2.html)> Acessado em 10 jun 2012

HERÉDIA, V. A velhice inusitada. In:\_\_\_\_\_.Souza, D.G. (org). **Amor scientiae: festschrift em homenagem a Reinholdo Aloysio Ullmann**. – Porto Alegre : Ed. PUC-RS, 2002, p. 681-690.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>> Acessado em: 20 ago 2012.

IGNARRA, Luiz Renato. Fundamentos do turismo. São Paulo: Pioneiras Thomsom Learning, 2001. 2ª reimpr da 1ª ed., 1999

LAGE, B. G.& MILONE P. C. Economia do Turismo. Marco Social Educação Para o Turismo, São Paulo, v. 3, p. 9-13, 2002.

LONGO, M.P.; SILVA, F.A.F.; SAMPAIO, T.M.V. Lazer e terceira idade: estudo caso do departamento de Assistência Social da Prefeitura Municipal de Tietê-SP. 2008

MATTAR, M.F.; O comportamento do consumidor brasileiro da terceira idade para o mercado de residenciais especializados. **Anais eletrônicos VIII SEMEAD, 2005.** Disponível em: <[http://www.ead.fea.usp.br/semead/8semead/resultado/an\\_resumo.asp?cod\\_trabalho=311](http://www.ead.fea.usp.br/semead/8semead/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=311)>. Acessado em 18 de out. de 2011.

Ministerio do Turismo. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acessado em 10 jun 2011.

MOLETTA, V. F., Turismo para a terceira idade. Porto Alegre: SEBRAE/RGS, 2000

MORETTO NETO, L.; SCHMITT, V.G.H. Comportamento do consumidor do turismo: o turista estrangeiro em Florianópolis – Santa Catarina, Brasil. **Turismo em análise.** v. 19, n.3, dezembro 2008. Disponível em: <[http://www.eca.usp.br/departam/crp/cultext/revista\\_2.asp](http://www.eca.usp.br/departam/crp/cultext/revista_2.asp)> Acessado em 10 de jun. 2012.

MOWEN, J.C. MINOR M.S. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. Disponível em: <<http://www.unwto.org/>> Acessado em 15 out 2012.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. Disponível em: <  
<http://www.who.int/ageing/en/>> Acessado em 20 mai 2012.

Panorama do Turismo Internacional. Organização Mundial do Turismo, 2011. Disponível em: <  
[http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr\\_1.pdf](http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr_1.pdf)> Acessado em: 10mar 2012.

Perfil do turista doméstico que visita o Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2008. 144p.:il.; Coleção Qualidade no Turismo. Secretaria Especial de Turismo.

Perfil do turista internacional que visita o Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2008. 128p.:il.; Coleção Qualidade no Turismo. Secretaria Especial de Turismo.

Programa Nacional de Qualificação Profissional e Empresarial do Turismo. Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <  
<http://www.empreende.org.br/pdf/Programas%20e%20Pol%C3%ADticas%20Sociais/Programa%20Nacional%20de%20Qualifica%C3%A7%C3%A3o%20Profissional%20Empresarial%20p.pdf>> Acessado em 10mar 2012

EUROPE SENIOR TOURISM, 2010. Disponível em: <  
<http://www.europeseniortourism.eu>>. Acessado em 10 mar 2012

Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Disponível em: <  
<http://www.rio.rj.gov.br/web/guest>> Acessado em 27 de jul. 2012.

PRONI, Marcelo Weishaupt. Esportespetáculo e futebol-empresa. 1998. p. 275f. Tese (Doutorado em Educação Física), Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 1998

Rio Hospitaleiro: Qualificação de profissionais para o turismo. Rio de Janeiro, 2008. 104 p.:il.; Coleção Qualidade no Turismo. Secretaria Especial de Turismo.

RIOTUR. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/web/riotur/>. Acessado em 13 mar 2012

SANTOVITO, Tereza. Copa-14: megaevento esportivo, chance especial para a promoção turística brasileira. 2010. Disponível em: <[http://www.copa2014.turismo.gov.br/copa/copa\\_cabeca/detalhe/artigo\\_tereza\\_Planejamento\\_turistico.html](http://www.copa2014.turismo.gov.br/copa/copa_cabeca/detalhe/artigo_tereza_Planejamento_turistico.html)> Acessado em: 20 jul 2012

SCARPATI, F.A.V. **Cooperação e o desenvolvimento do Turismo na cidade do Rio de Janeiro**. 2001. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

SENFFT, M.D. Lazer saudável na terceira idade. **Caderno Virtual de Turismo**, v.4, n.4, 2004. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewissue.php?id=15>>. Acessado em 10 de jun. 2011.

SILVA, D. **Turismo e desenvolvimento socioespacial na Zona da Mata norte de Pernambuco**: perspectivas e limitações da Rota Engenhos e Maracatus, Dissertação de Mestrado, Recife, Universidade Federal de Pernambuco, 2006.

SOLOMON, M.R. **O comportamento do consumidor – comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SOUZA, T.R. Lazer, turismo e políticas públicas para terceira idade. **Revista científica eletrônica em turismo**. ano III, ed. 4, jan. 2006. Disponível em: <<http://www.revista.inf.br/turismo04/artigos/art01.pdf>> Acessado em 10 de jun. 2011.

Termo de Referência – Selo da Qualidade Nacional do Turismo. Ministério do Turismo, 201. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/programas\\_acoes/Arquivos/TERMO\\_DE\\_REFERxNCIA\\_-\\_SELO\\_DA\\_QUALIDADE\\_xJULHO\\_2011x.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/programas_acoes/Arquivos/TERMO_DE_REFERxNCIA_-_SELO_DA_QUALIDADE_xJULHO_2011x.pdf)> Acessado em 19 mar 2012.

TORRES, Mônica. O Rio dos Viajantes: representações da cidade nos guias de turismo. XXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006. Disponível em:<

<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19840/1/Monica+Lisboa+Torres.pdf>> Acesso em 13 set. 2011.

TRIGO, L.G.G. **Turismo e Qualidade: Tendências Contemporâneas**. 5 ed. Campinas: Papirus: 2002.

TURISMO ACESSÍVEL: Introdução a uma viagem de inclusão. Vol. I Ministério do Turismo, 2009. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Cartilha-1Verde.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Cartilha-1Verde.pdf)> Acessado em 20 jul 2012

TURISMO ACESSÍVEL: Mapeamento e Planejamento acessibilidade em destinos Turísticos. Vol. II Ministério do Turismo, 2009. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Cartilha2-Azul.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Cartilha2-Azul.pdf)> Acessado em 20 jul 2012

TURISMO ACESSÍVEL: Bem atender no Turismo Acessível. Vol. III Ministério do Turismo, 2009. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Cartilha-3\\_Vermelha.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Cartilha-3_Vermelha.pdf)> Acessado em 20 jul 2012

Turismo: Panorama 2020. Organização Mundial do Turismo. Disponível em: <<http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1243/1243-3.pdf>> Acessado em: 10 mar 2012.

TURISRIO. Disponível em: <<http://www.turisrio.rj.gov.br/>> Acessado em: 10 mar 2012

VIAJA MAIS MELHOR IDADE. Disponível em: <<http://www.viajamais.com.br/viajamais/>> Acessado em: 20 de jan 2012