

**INSTITUTO FEDERAL DE SÃO PAULO – IFSP  
CAMPUS BARRETOS  
CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DO TURISMO**

**BRUNA CRISTINA DE SOUZA**

**AVALIAÇÃO DO PERFIL E DA MOTIVAÇÃO DOS TURISTAS DE LAZER  
QUE FREQUENTAM O BARRETOS COUNTRY THERMAS HOTEL**

**BARRETOS**

**2017**

Bruna Cristina de Souza

AVALIAÇÃO DO PERFIL E DA MOTIVAÇÃO DOS TURISTAS DE LAZER QUE  
FREQUENTAM O BARRETOS COUNTRY THERMAS HOTEL

Artigo apresentado como requisito parcial  
para obtenção do título de Tecnólogo em  
Gestão de Turismo, pelo Curso de  
Tecnologia em Gestão de Turismo do  
Instituto Federal de São Paulo - IFSP

Orientadora: Profa. Dra. Adriana Gomes de Moraes

.BARRETOS

2017

## AVALIAÇÃO DO PERFIL E DA MOTIVAÇÃO DOS TURISTAS DE LAZER QUE FREQUENTAM O BARRETOS COUNTRY THERMAS HOTEL

Bruna Cristina de Souza\*

Adriana Gomes de Moraes\*\*

Resumo: Atualmente, o turismo em Barretos não origina-se apenas da tradicional Festa do Peão e nem somente pelo renomado Hospital de Câncer da cidade. Barretos possui há 21 anos, um hotel temático, no estilo Country que recebe em torno de 20.000 hóspedes por ano. O atrativo conta com a estrutura de um parque aquático que chama muita a atenção dos turistas, que se originam em sua maioria da região, porém em sua totalidade, o atrativo atinge turistas de todo o país. A partir destes dados, o que impulsionou a realização deste trabalho foi compreender qual é o perfil desses turistas e quais são suas motivações, apresentando conceitos, definições e ferramentas necessárias a esta análise, para que o atrativo esteja preparado para atender às expectativas de seus hóspedes. Com base em estudos e autores da área, a pesquisa foi realizada no próprio hotel, com foco exclusivo nos hóspedes a lazer. O estudo utilizou a abordagem metodológica quantitativa, para que fossem investigados os perfis dos turistas e entendesse o que os motiva a escolher esse determinado hotel. Os resultados mostraram que o público a lazer que frequenta o hotel é formado por família com filhos e que os responsáveis pela decisão da escolha do hotel são as crianças.

Palavras-chave: Turismo. Hotel. Lazer. Parque aquático.

Abstract: Currently, tourism in Barretos does not originate only from the traditional Peon Festival and not only from the city's renowned Cancer Hospital. Barretos has for 21 years been a country-themed hotel that welcomes around 20,000 guests a year. The attraction has the structure of a water park that draws the attention of the tourists, who originate in the majority of the region, but in its totality, the attraction reaches tourists from all over the country. Based on these data, what led to this work was to understand the profile of these tourists and what are their motivations, presenting concepts, definitions and tools necessary for this analysis, so that the attraction is prepared to meet the expectations of its guests. Based on studies and authors of the area, the research was conducted in the hotel itself, focusing exclusively on leisure guests. The study used the quantitative methodological approach, to investigate the profiles of tourists and understand what motivates them to choose this particular hotel. The results showed that the leisure public that attends the hotel is formed by family with children and that the decision makers of the hotel are the children.

Key word: Tourism. Hotel. Recreation. Water park.

## **1 INTRODUÇÃO**

Refletir sobre o turismo propõe pensar que cada atrativo turístico apresenta características próprias que chamam a atenção dos turistas que o visitam e fazem com que estes retornem e indiquem para outros turistas.

Almeida (2004, p.1) afirma que “o lugar turístico existe em função da prática do turismo que lhe dá existência, uma identidade própria e singular”.

O turista que visita um lugar turístico possui um perfil próprio, opiniões e preferências que influenciam na escolha por uma localidade a ser visitada. Saber que características são essas se torna fundamental para o planejamento do turismo de um lugar que queira receber aquele turista.

A cidade de Barretos, localizada no estado de São Paulo, chama a atenção internacionalmente dos amantes de rodeio por ser palco de uma das maiores festas de peão de boiadeiro da América Latina. A cidade também possui o Hospital de Câncer de Barretos, uma grande referência em tratamento e prevenção de câncer no Brasil.

Outro atrativo da cidade é um hotel country, com estrutura de um parque aquático que chama muita a atenção dos moradores da região. Muitas pessoas que residem na capital do estado acabam conhecendo a cidade por indicação de amigos e familiares, e também se encantam com o hotel, já que o relacionam com a vida pacata do interior.

A partir destes dados, o que impulsionou a realização deste trabalho foi entender quais são as motivações dos turistas que visitam o Barretos Country Thermas Hotel com o propósito de lazer, fora do período da Festa do Peão, apresentando conceitos, definições e ferramentas necessárias a esta análise, para que o trade turístico da cidade esteja preparado para atender às expectativas dessas pessoas.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GERAL**

Analisar o perfil e a motivação dos turistas que visitam o Barretos Country Thermas Hotel com o propósito de lazer, salvo o período da Festa do Peão de Boiadeiro.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conhecer o perfil dos hóspedes que visitam Barretos e se hospedam no Barretos Country Thermas Hotel;
- Analisar as motivações e interesses das pessoas que visitam o hotel a lazer, exceto no período da Festa do Peão de Boiadeiro de Barretos;
- Identificar quais são os fatores de decisão na escolha deste atrativo;
- Avaliar as perspectivas de retorno dos hóspedes.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 1.1 Turismo

A origem da palavra turismo vem do vocábulo *tour* que é de origem francesa e significa “volta”. (BARRETTO, 1995).

Para o seu entendimento conceitual, da mesma maneira como ocorre com o lazer, várias definições vêm sendo dadas ao turismo desde o surgimento dos estudos desse tema.

Segundo Barretto (1995, p. 9), a primeira definição datada ao turismo refere-se ao ano de 1911, quando o economista austríaco Hermann Von Schullern zu Schttenhofen afirmou que “turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado”.

Percebe-se nessa primeira definição a importância voltada ao aspecto econômico do turismo, e é imprescindível lembrar, que mesmo nos dias atuais, a maioria dos estudos científicos voltados a essa área derivam das ciências

econômicas, e buscam analisar o crescimento e o fluxo de capital a partir da indústria do turismo.

Pensando em algumas definições mais recentes, De La Torre (1992 *apud* BARRETTO, 1995, p. 13) descreve o turismo como:

“um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural”.

MOESCH (2002) aproxima o turismo ao lazer por concebê-lo como “resultante do lazer” e como “uma forma de ocupação do tempo livre”. O autor observa também que o turismo gera um conjunto de atividades produtivas atendendo às necessidades dos indivíduos que se deslocam e, conseqüentemente, a de um mercado.

A Organização Mundial do Turismo, diz o seguinte:

“O turismo inclui tanto o deslocamento e as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas, bem como, as relações que surgem entre eles, em lugares distintos de seu ambiente natural, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano e mínimo de 24 horas (pernoite no destino), principalmente com fins de lazer, negócio e outros” (OMT, 2001, p.10).

A partir desses conceitos, compreende-se que alguns dos elementos mais importantes dessas definições são: o deslocamento, o tempo de permanência, o caráter não lucrativo da visita e o preenchimento do tempo livre.

Independentemente de existirem amplas definições de turismo, sabemos que na atualidade, a maior parte dos conceitos segue a perspectiva econômica, que entende o turismo como uma indústria de viagens, que sustenta os negócios e o comércio dos seus produtos e serviços.

A atividade turística pode ser compreendida como uma atividade complexa que se originou pela necessidade de deslocamento das populações dentro do espaço físico mundial por diversos motivos. O turismo se tornou um verdadeiro fenômeno de massa a partir dos anos 50 do século XX, acessível às classes médias dos países desenvolvidos e, algum tempo depois, também às

classes mais favorecidas dos países em desenvolvimento. Hoje o turismo é bastante acessível a várias camadas da população através de pacotes, financiamentos e empresas que operam com baixo custo (MOTA, 2007).

A partir dessa reflexão, compreende-se que a propagação do turismo está intimamente ligada ao desenvolvimento econômico, à concentração urbana, às facilidades de comunicação e à evolução dos transportes. Esses acontecimentos trouxeram considerável relevância à atividade, que passou a se desenvolver com enfoque público e privado.

Além disso, várias ciências fizeram do turismo um objeto de estudo, cooperando para um desenvolvimento sustentável da atividade.

O fato é que a atividade turística passou a ocupar espaço considerável nas relações econômicas, podendo vir a ser uma das mais importantes em termos de oferta de empregos e geração de receita e renda.

Pensar dessa forma nos faz refletir que o turismo não deve ser considerado como uma atividade exclusivamente econômica. É preciso também compreender sua importância social e cultural na sociedade.

## **1.2 Lazer**

O lazer vem obtendo lugar de crescente relevância em nossa sociedade. Percebemos isso quando analisamos o quanto o tema vem sendo destacado em matérias publicadas em mídias, em discursos políticos, em ações do mercado, e até mesmo em conversas no nosso cotidiano. Além disso, os estudos e pesquisas sobre o tema vêm se intensificando em diversas áreas, principalmente no Turismo.

A origem da palavra Lazer vem do latim *Licere*, que significa “aquilo que é permitido, lícito, o que pode ser feito” (Dic. Houaiss).

O termo lazer é atualmente utilizado de forma crescente, podendo ser empregado em sua concepção real ou ser associado a palavras como entretenimento, divertimento e recreação.

O conceito de lazer vem sendo discutido entre vários entusiastas que se dedicam ao seu estudo. São várias definições e conceitos de lazer, no entanto, ainda não há um consenso para tal.

Esse fato nos permite observar o quão complexo se torna o lazer enquanto objeto de estudo. Diante disso, serão exibidos alguns dos conceitos que mais se destacaram enquanto campo de estudo dessa área.

Alguns conceitos são prontamente criticados, porém o propósito do texto é apenas descrever aqueles com maior relevância, que dão mais sentido ao que hoje entendemos como lazer.

Inicialmente, deve-se relatar o conceito criado pelo sociólogo francês Joffre Dumazedier na década de 1970, por sua enorme retumbância na área e por ainda predominar as citações em vários estudos feitos sobre o lazer.

De acordo com Oleias (2003), “os principais trabalhos e conceitos sobre o lazer no Brasil fundamentam-se nas acepções teóricas do sociólogo francês Dumazedier (1976)”.

Para Dumazidier o lazer pode ser compreendido como:

Conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se ou entreter-se ou ainda para desenvolver sua formação desinteressada, sua participação social voluntária, ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das ocupações profissionais, familiares e sociais. (2008, p. 34)

Ao observar essa concepção, entende-se que o lazer é contrário a obrigações. Segundo Dumazidier (2008 p. 31), “não subsiste qualquer dúvida de serem classificados como opostas ao lazer”, as seguintes atividades:

- O trabalho profissional;
- O trabalho suplementar ou trabalho de complementação;
- Os trabalhos domésticos (arrumação da casa, a parte diretamente utilitária da criação de animais destinados à alimentação, do *bricolage* e da jardinagem);
- As atividades de manutenção (as refeições, os cuidados higiênicos com o corpo, o sono);
- As atividades rituais ou ligadas ao cerimonial, resultantes de uma obrigação familiar, social, ou espiritual (visitas oficiais, aniversários, reuniões políticas, ofícios religiosos);
- As atividades ligadas aos estudos interessados (círculos e cursos preparatórios de um exame escolar ou profissional).

Gomes (2004) destaca que ao tratar o lazer como um conjunto de ocupações, Dumazidier não considera o ócio.

A palavra ócio, derivada do latim *otium*, significa o fruto das horas vagas, do descanso e da tranquilidade, possuindo também sentido de ocupação suave e prazerosa.

De acordo com a autora, ao colocar o lazer em confronto ao trabalho e às demais obrigações, segmentam-se os âmbitos da vida. Consequentemente, isso não seria possível uma vez que o lazer estabelece estreitas relações com as demais dimensões da vida humana: trabalho, família, religião, educação, política, dentre outras.

A autora afirma ainda que o lazer se caracteriza por quatro elementos interligados, os quais retratam as condições materiais e simbólicas que descrevem a vida em sociedade – tempo, espaço/lugar, manifestações culturais, ações/atitude. Esses elementos não apresentam características de obrigação e não são considerados como um conjunto de ocupações a serem cumpridas.

Para a autora, esses elementos remetem uma prática coletivamente instituída, no qual os indivíduos se envolvem em função dos seus desejos.

Ainda a partir de Dumazedier, Camargo (1989) conceitua o lazer como:

Um conjunto de atividades gratuitas, prazerosas, voluntárias e liberatórias, centradas em interesses culturais, físicos, manuais, intelectuais, artísticos e associativos, realizadas num tempo livre roubado ou conquistado historicamente sobre a jornada de trabalho profissional e doméstico e que interferem no desenvolvimento pessoal e social dos indivíduos. (1989, p. 76)

Outro estudioso brasileiro que se destaca e que leva sua linha de pensamento a partir das teorias de Dumazedier é Marcelino (1983). Este pesquisador mostra o lazer como uma atividade desinteressada, sem fins lucrativos, relaxante, transformadora e liberatória. Para Marcellino, a democracia política e econômica é condição básica, ainda que não suficiente, para uma verdadeira cultura popular; para a eliminação das barreiras sociais que inibem a criação e práticas culturais.

Para o autor, o lazer deve ser estudado sob a perspectiva social e ser considerado enquanto:

[...] cultura – compreendida no sentido mais amplo – vivenciada (praticada ou fruída) no tempo disponível. O importante como traço definidor é o caráter desinteressado dessa vivência. Não se busca, pelo menos fundamentalmente, outra recompensa além da satisfação provocada pela situação. A disponibilidade de tempo significa a possibilidade de opção pela atividade prática ou contemplativa. (MARCELINO, 1983 p. 31)

A ótica apresentada por Marcellino destaca a cultura como um elemento essencial na discussão do lazer. Porém, o autor afirma que é preciso rever os conceitos limitados que se tem de cultura, relacionando-a basicamente a artes, espetáculos e conhecimentos adquiridos pelos indivíduos.

Sendo assim, compreende-se que o lazer abrange a vivência de inúmeras manifestações da cultura, tais como as brincadeiras, os jogos, as festas, os passeios, viagens, esportes e também as mais variadas formas de artes.

Marcellino (1997, p. 157-158) apresenta ainda quatro pontos que devem ser considerados para a definição de lazer:

- Lazer é a “cultura vivenciada no ‘tempo disponível’ das obrigações profissionais, escolares, familiares e sociais, combinando os aspectos tempo e atitude”;
- Lazer é “fenômeno gerado historicamente e do qual emergem valores questionadores da sociedade como um todo e sobre o qual são exercidas influências da estrutura social vigente”;
- Lazer é “um tempo privilegiado para a vivência de valores que contribuam para mudanças de ordem moral e cultural”;
- Lazer é “portador de um duplo aspecto educativo, veículo e objeto de educação”.

Seguindo a mesma vertente, Gomes (2004, p.125) entende o lazer como:

Uma dimensão da cultura constituída pela vivência lúdica de manifestações culturais no tempo/espço conquistado pelo sujeito ou grupo social, estabelecendo relações dialéticas com as necessidades, os deveres e as obrigações – especialmente com o trabalho produtivo.

Conceituar o lazer como uma dimensão da cultura, requer considerar que as experiências de cada indivíduo são movidas por significados. Assim, o lazer transforma-se em uma possibilidade de expressividade, além de proporcionar várias oportunidades de aprendizagem, estimulando a criatividade para todas as idades e classes sociais, se tornando a cada dia mais, um dos elementos fundamentais para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Ao analisar o lazer em uma ampla perspectiva, entende-se que não se deve desprezar a possibilidade de que ele pode ser utilizado como uma estratégia de influência e de controle social. Além disso, pode ser considerado como fuga dos problemas e frustrações cotidianas.

Vale salientar, que mesmo nos dias atuais, muitos indivíduos ainda não possuem acesso a alguns conteúdos culturais, na maioria das vezes, por dificuldades econômicas. Isso se deve, pois, ao desfrutar de algumas praticas de lazer, contamos com uma série de despesas com transporte, alimentação, compra de ingressos, entre outros.

Segundo Souza (2010, p. 5) essas dificuldades acontecem em função de um conjunto de variáveis, que têm como plano de fundo “as limitações econômicas, formando um todo inibidor, quer em termos de quantidade e, principalmente, da qualidade de participação. A classe, o nível de instrução, a faixa etária, e o sexo, entre outros fatores, limitam o verdadeiro lazer a uma minoria da população” (*apud* MARCELLINO, 1995, P. 55).

A partir dessas circunstâncias, é fundamental entendermos também que o lazer é um direito social, previsto na Declaração Universal dos Direitos Humanos e na Constituição Brasileira de 1988.

Diante desse cenário, é preciso refletir que a prática do lazer deve ser inserida a todos, e não ser um privilégio do qual a minoria da população pode usufruir, já que se trata de um benefício essencial aos cidadãos, mas que para uma grande parcela da população, o lazer só consiste em atividades realizadas dentro da própria casa.

Pensar o lazer dessa forma resulta ainda no dever do Estado em instituir e implantar políticas públicas que possam oferecer aos cidadãos a vivência desse direito, de acordo com suas necessidades sociais. Sendo assim, o

planejamento do lazer deve atender e garantir o acesso aos espaços públicos, bem como propiciar alternativas de lazer a toda comunidade.

### **3 MATERIAL(IS) E MÉTODOS**

O presente estudo foi realizado no Barretos Country Thermas Hotel, localizado na cidade de Barretos-SP.

A pesquisa foi executada utilizando-se a abordagem metodológica quantitativa, para que fossem investigados os perfis dos turistas de lazer que se hospedam no Barretos Country Thermas Hotel, e o que os motiva a escolher esse determinado hotel.

No que corresponde à pesquisa, com foco principalmente nos objetivos que foram traçados, a mesma caracteriza-se como descritiva.

De acordo com Gil (1999), as pesquisas descritivas têm como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Segundo Mattar (2001) “o pesquisador precisa saber exatamente o que pretende com a pesquisa, ou seja, quem (ou o que) deseja medir, quando e onde o fará, como fará e por que deverá fazê-lo”.

Entende-se, assim, que a pesquisa descritiva busca descrever com precisão os fatos e fenômenos de determinada realidade.

Em relação ao procedimento adotado para essa pesquisa, cabe o método de levantamento, tendo em vista que a pesquisa foi aplicada através de questionário.

Nesse procedimento, após a coleta de dados foi realizada a análise dos resultados obtidos, com o propósito de responder a pergunta que deu origem a esse trabalho.

Para Gil (1999), as pesquisas de levantamento:

[...] se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo se deseja conhecer. Basicamente, procede-se a solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado, para em seguida, mediante à análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes aos dados coletados. (GIL, 1999, p. 70)

Em geral, o levantamento é adotado em pesquisas descritivas que visam descrever os atributos de determinadas populações, explorar aspectos de uma situação, procurar explicações, entre outros.

Quanto à abordagem utilizada para desenvolver esse trabalho, foi adotado o método quantitativo.

O método de pesquisa quantitativa tem como característica principal quantificar dados, fatos ou opiniões, nas formas de coleta de informações.

Um dos principais objetivos do método quantitativo é constatar quantas pessoas de uma determinada população compartilham uma característica ou um grupo de características.

“A pesquisa quantitativa é apropriada para medir tanto opiniões, atitudes e preferências como comportamentos.” MORESI (2003).

No presente trabalho, a coleta de dados foi realizada em duas etapas, sendo a primeira em um período de baixa temporada, e a segunda em um período de alta temporada, durante as férias escolares.

Foram aplicados no total, 170 questionários, sendo 70 em turistas que se hospedaram nos meses de Abril e Maio, e 100 em turistas que se hospedaram em Julho de 2017.

O questionário foi composto por 23 questões fechadas, que foram desenvolvidas exclusivamente para esse estudo.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Conforme descrito na metodologia foram aplicados 170 questionários nos meses de Abril, Maio e Julho de 2017. Em vista disso, apresentam-se nesta seção os resultados da pesquisa realizada.

### **4.1 Origem**

O Barretos Country Thermas Hotel recebe atualmente cerca de 20.000 turistas por ano, e segundo os resultados da pesquisa (Figura 1) 93% destes hóspedes são do Estado de São Paulo, dos quais a maioria é proveniente da região. Destacam-se 18% procedentes de Ribeirão Preto, cidade que está

localizada à aproximadamente 120 km de Barretos, seguidos de 10% procedentes de São José do Rio Preto, localizada a 100 km da cidade.

Pode-se observar também que 11% dos pesquisados são procedentes da capital, situada à aproximadamente 400 km de Barretos. Durante a pesquisa constatou-se que a maioria destes hóspedes esteve no hotel durante as férias escolares, fato que justifica a distância entre as duas cidades.

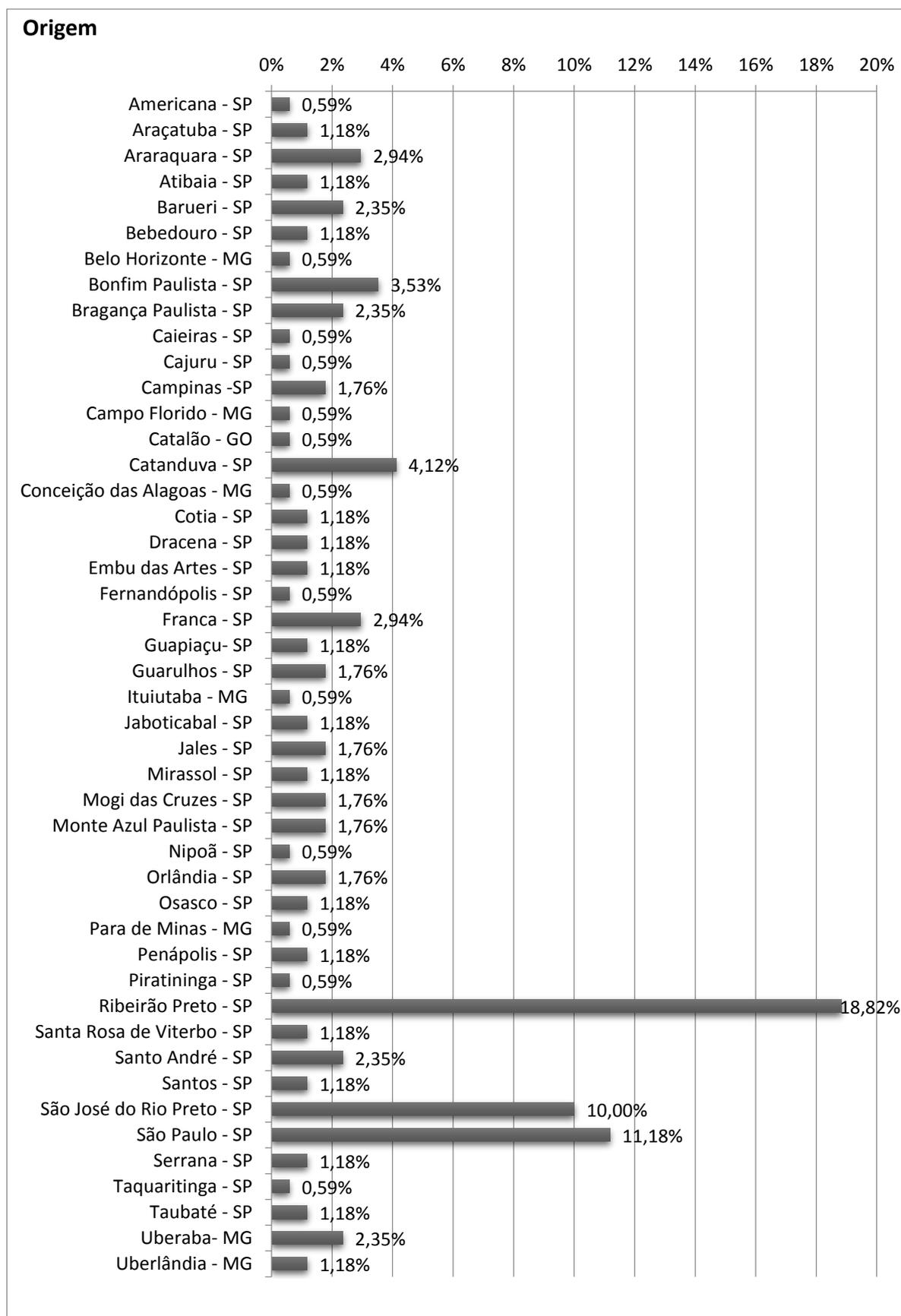


Figura 1 – Origem dos turistas do Barretos Country Hotel & Acquapark.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

## 4.2 Gênero

A pesquisa (Figura 2) aponta que a maioria dos hóspedes é do sexo feminino, sendo uma amostra de 68,2%, e aproximadamente 32% do sexo masculino.

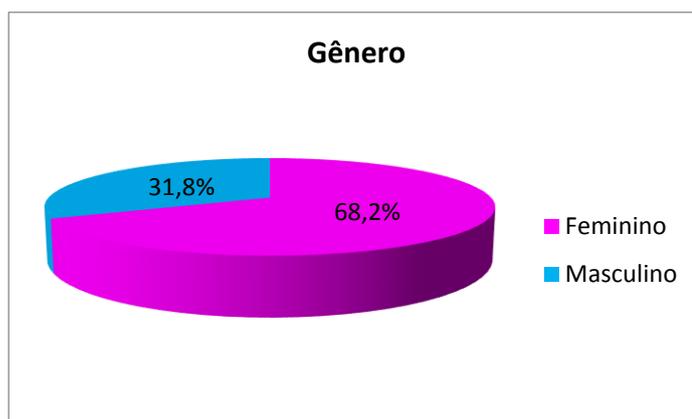


Figura 2 - Gênero dos hóspedes do Barretos Country Hotel & Acquapark.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

## 4.3 Faixa Etária

Em relação à idade dos entrevistados, observa-se (Figura 3) uma concentração de aproximadamente 32% entre 36 e 45 anos. Porém, considerando o agrupamento das idades, a somatória revela que 76% são adultos que estão entre os 26 e 55 anos.

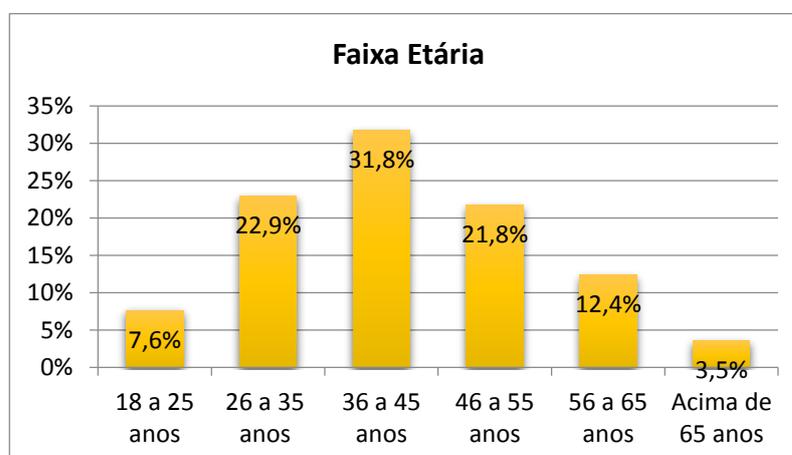


Figura 3 - Faixa etária dos hóspedes do Barretos Country Hotel & Acquapark.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.4 Estado Civil

No que se refere ao estado civil dos entrevistados, observa-se (Figura 4) que mais de 50% dos turistas hospedados no hotel são casados, seguidos por 24% que já se divorciaram.

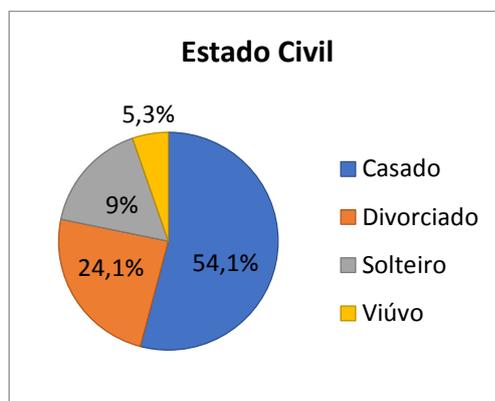


Figura 4 - Estado Civil dos hóspedes do Barretos Country Hotel & Acquapark.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.5 Escolaridade

O grau de escolaridade dos entrevistados pode ser observado na figura 5, que aponta que aproximadamente 38% dos hóspedes possuem ensino superior completo, seguidos por 24% que possuem pós-graduação e 11% mestrado.

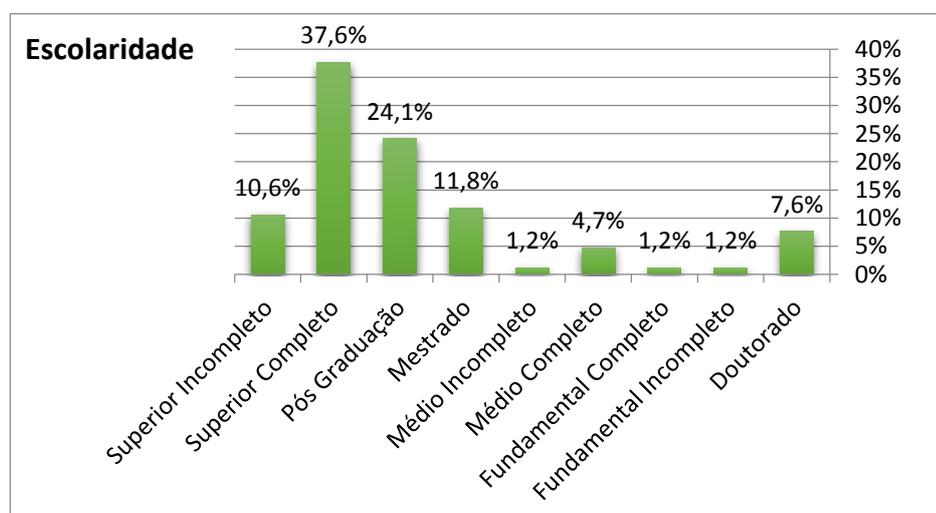


Figura 5 - Escolaridade dos turistas no Barretos Country Hotel & Acquapark.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

## 4.6 Ocupação

Em relação à ocupação dos entrevistados, observa-se (Figura 6) que aproximadamente 22% dos entrevistados são profissionais liberais, seguidos de quase 21% que possuem sua própria empresa.

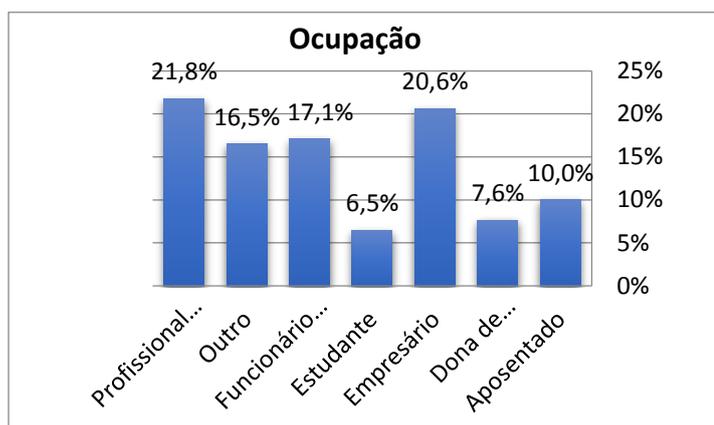


Figura 6 - Ocupação dos turistas do Barretos Country Hotel & Acquapark.  
Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

## 4.7 Renda Mensal

A renda mensal dos entrevistados (Figura 7), representada por 30% da amostra, está acima de R\$ 5.000,00, que é equivalente a uma renda acima de cinco salários mínimos. Pode-se observar também que 13,5% dos hóspedes não responderam a esta questão.

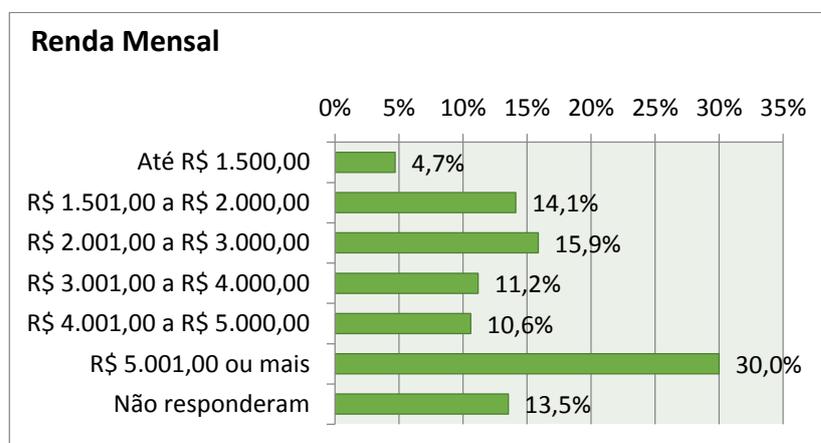


Figura 7 - Renda mensal dos hóspedes entrevistados.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.8 Constituição do grupo

Em relação à constituição do grupo formado para a viagem, pode-se observar (Figura 8) que mais da metade dos entrevistados se hospedaram com a família, seguidos pelos hóspedes que frequentaram o hotel com os amigos.

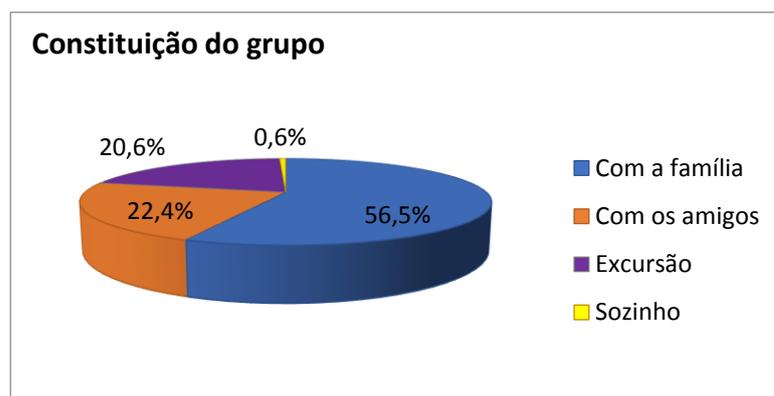


Figura 8 - Constituição do grupo formado para a viagem.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.9 Filhos

A Figura 9 nos revela que mais de 82% dos hóspedes do Barretos Country Hotel possuem filhos, enquanto 17% não possuem.

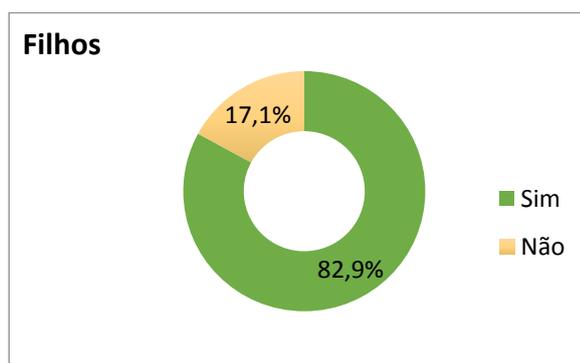


Figura 9 – Hóspedes entrevistados que possuem filhos.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.10 Quantidade de Filhos

No que se refere à quantidade de filhos dos hóspedes, observa-se na Figura 10 que 37,1% dos entrevistados possuem dois filhos, seguidos por 33,5% que possuem apenas um filho e 10,6% possuem três filhos na constituição da família.

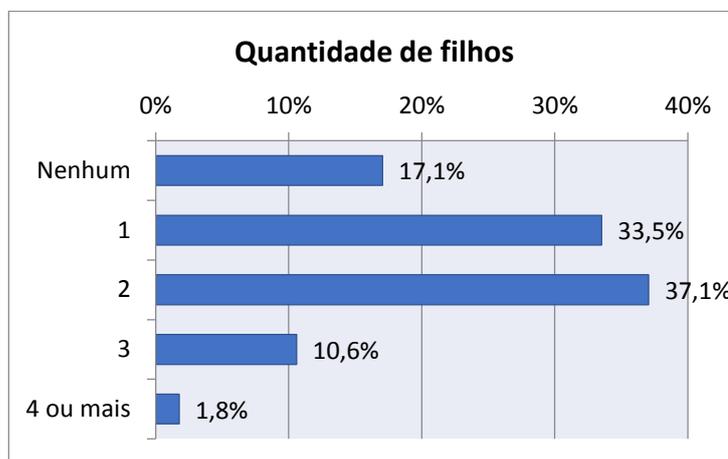


Figura 10 - Quantidade de filhos dos entrevistados.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.11 Idade dos filhos

Quando questionados sobre as idades de seus filhos (Figura 11), 22,8% dos entrevistados mencionaram entre 9 e 12 anos, seguidos de 21,6% que possuem filhos já adultos, acima de 20 anos. Destacam-se ainda, as idades entre 4 e 8 anos, que tiveram 20% das respostas.

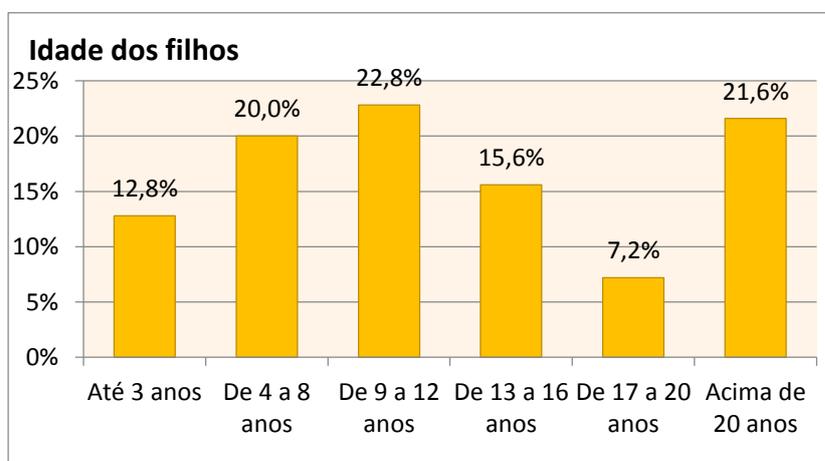


Figura 11 - Idade dos filhos dos hóspedes entrevistados.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.12 Meio de transporte utilizado

O meio de transporte mais utilizado pelos entrevistados (Figura 12) é o automóvel. Com 76% das respostas, o automóvel é o responsável pela locomoção dos hóspedes. Os outros 24% dos entrevistados utilizaram ônibus para a viagem.

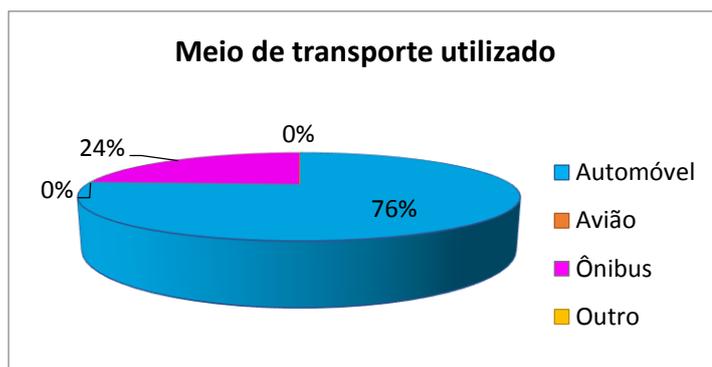


Figura 12 - Meio de transporte utilizado para a locomoção dos entrevistados.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.13 Tempo de permanência no hotel

Pode-se observar (Figura 13), que mais da metade dos entrevistados passam de um a três dias hospedados no hotel. Os turistas que optam por uma hospedagem mais longa, representam 42,4% dos entrevistados, que permanecem de quatro a seis dias no atrativo.

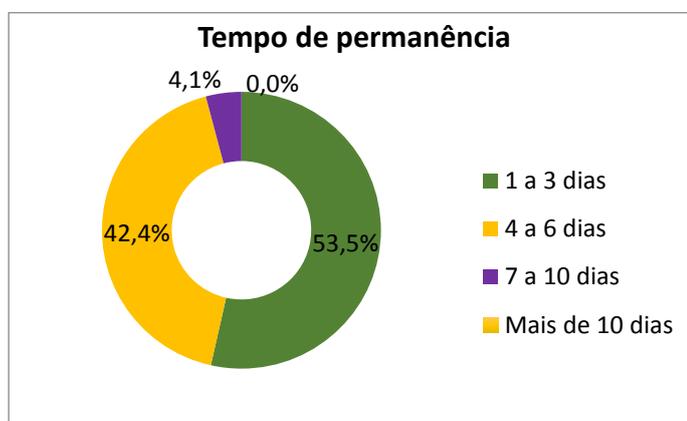


Figura 13 - Tempo de permanência no hotel.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.14 Número de viagens por ano

Os dados obtidos na pesquisa (Figura 14) demonstram que aproximadamente 49% dos entrevistados viajam duas vezes ao ano, seguidos por 28,2% que viajam três vezes ao ano e 20% que conseguem viajar apenas uma vez ao ano.

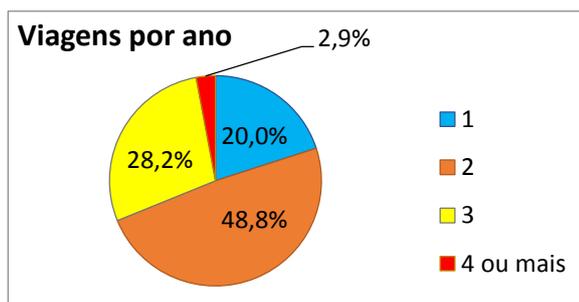


Figura 14 - Número de viagens feitas ao ano pelos entrevistados.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.15 Tempo de planejamento da viagem

Os resultados da pesquisa (Figura 15) demonstram que 37,1% dos hóspedes planejaram a viagem ao hotel com antecedência inferior a três meses, enquanto 24,7% das pessoas fizeram seu planejamento com menos de oito meses de antecedência. Observa-se que o planejamento com pouca antecedência também se destaca, sendo que 18,2% dos entrevistados planejaram a viagem com menos de um mês de antecedência.

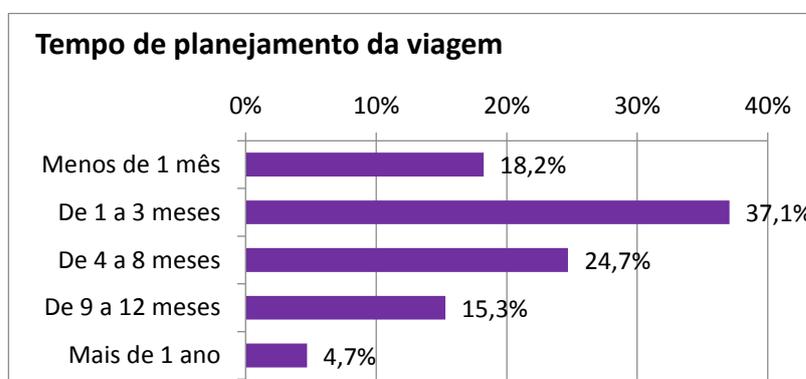


Figura 15- Tempo de planejamento da viagem ao Barretos Country Hotel.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.16 Gastos médios diários

Os dados obtidos (Figura 16) revelam que aproximadamente 40% dos entrevistados possuem um gasto médio diário entre R\$ 50,00 e R\$ 100,00 durante sua estada no hotel, enquanto 34,7% gastam por dia entre R\$ 20,00 e R\$ 50,00.

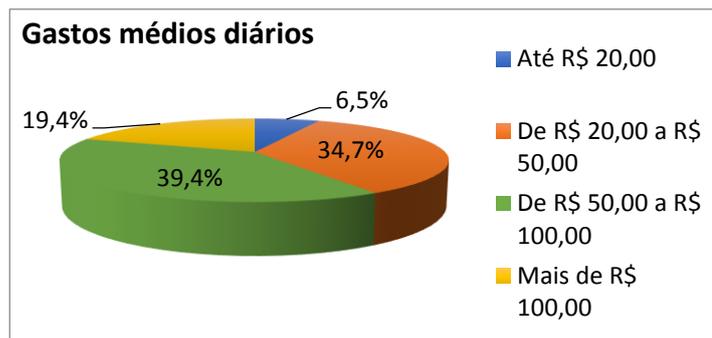


Figura 16 – Gastos médios diários dos entrevistados durante sua estada.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.17 Forma de conhecimento do hotel

Conforme demonstrado na figura 17, 36,5% dos entrevistados tomaram conhecimento do hotel por indicação de amigos e/ou familiares, seguidos por 26,5% que souberam do hotel por agências de viagens e 21,2% em pesquisas no Google.

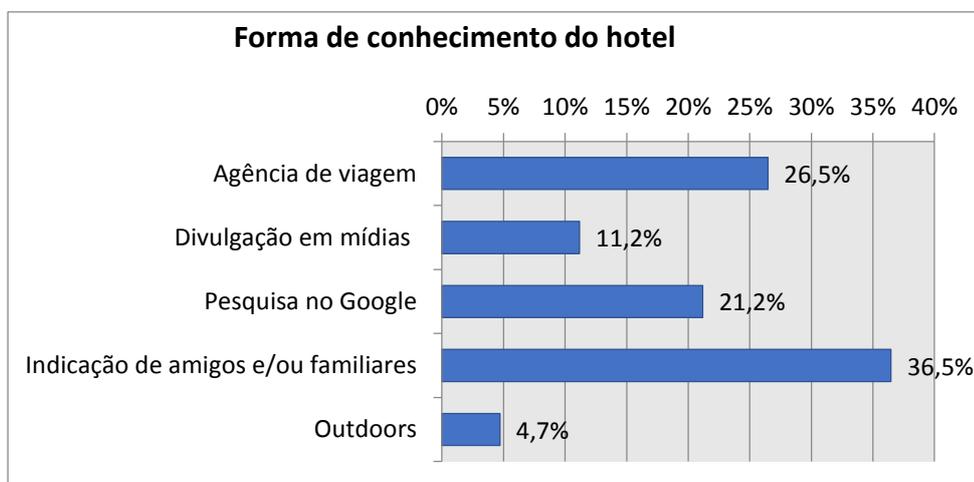


Figura 17 - De que forma os entrevistados souberam da existência hotel.

Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

#### 4.18 Motivação na escolha do hotel

Quando questionados sobre os principais aspectos que motivaram à escolha do Barretos Country Thermas Hotel (Figura 18), 34,1% dos entrevistados mencionaram que o maior atrativo durante a escolha do hotel é a equipe de recreação, enquanto 26,5% dos hóspedes consideraram que a atração principal é o parque aquático. A Mini Fazenda por sua vez, chama a atenção de 14,1% das pessoas que planejam se hospedar no interior do estado.

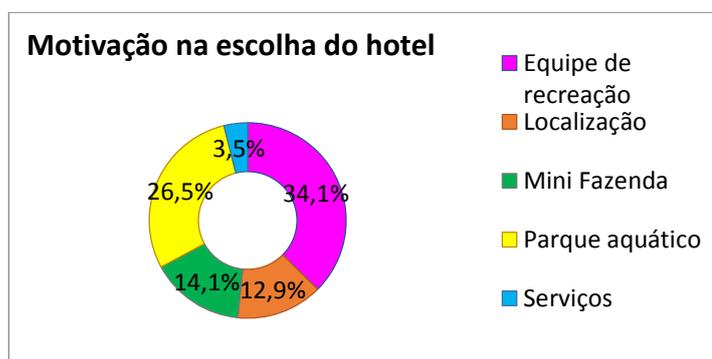


Figura 18- Motivação na escolha do Barretos Country Hotel

Fonte: Pesquisa realizada pela autora

#### 4.19 Membros da família que mais influenciam na escolha do hotel

No que diz respeito a maior influência durante a decisão do destino da viagem (Figura 19), a pesquisa aponta que são os filhos quem determinam a escolha do hotel, com 52,4% da amostra.

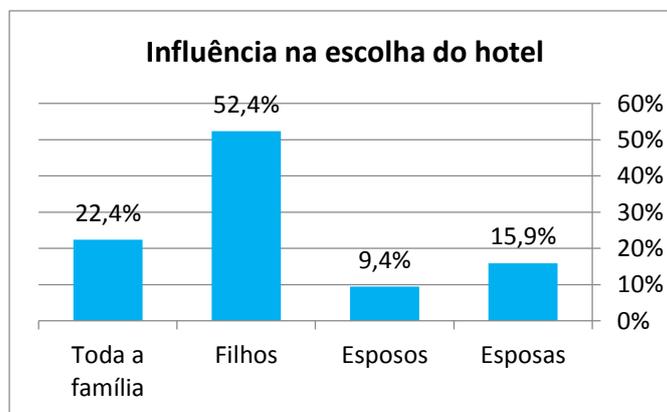


Figura 19- Membros da família que mais influenciam na escolha do hotel

Fonte: Pesquisa realizada pela autora

#### 4.20 Frequência de visitas no hotel

Os dados da pesquisa (Figura 20) apontam que 30% dos hóspedes visitavam o hotel pela primeira vez durante a entrevista, seguidos por 28,8% que estavam hospedados pela segunda vez e 20,6% que estavam no hotel pela terceira vez.

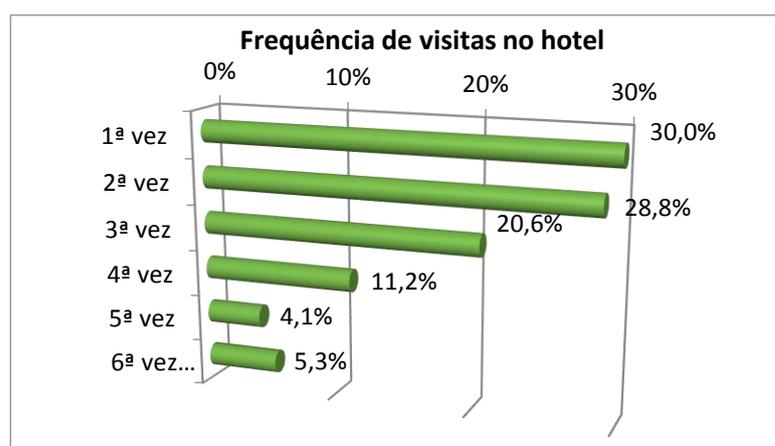


Figura 20- Frequência de visitas no Barretos Country Thermas Hotel

Fonte: Pesquisa realizada pela autora

#### 4.21 Avaliação dos serviços do Barretos Country Thermas Hotel

De acordo com a pesquisa (Figura 21), 51,8% dos hóspedes avaliaram os serviços do hotel como “ótimos”, enquanto apenas 2,9% os classificaram como “ruins”.

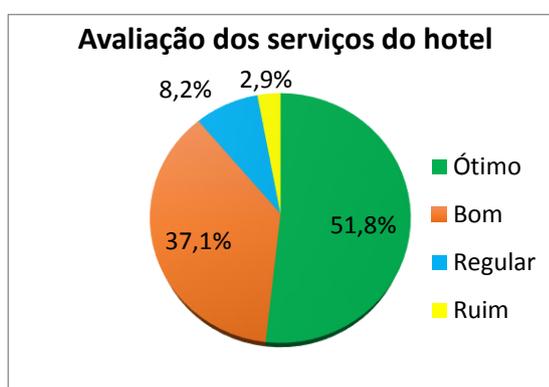


Figura 21 – Avaliação dos serviços prestados pelo hotel

Fonte: Pesquisa realizada pela autora

#### 4.22 Avaliação da estrutura de lazer do Barretos Country Thermas Hotel

Em relação à avaliação da estrutura de lazer do hotel (Figura 22), 54,1% dos hóspedes entrevistados a classificam como “ótima”, seguidos de 37,6% que avaliam a estrutura como “boa” e apenas 2,9% avaliam como “ruim”.

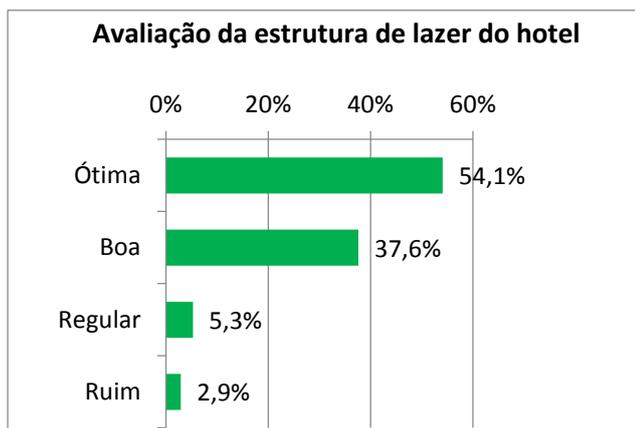


Figura 22 – Avaliação da estrutura de lazer do Barretos Country Thermas Hotel

Fonte: Pesquisa realizada pela autora

#### 4.23 Retorno ao hotel

Quando questionados sobre o retorno ao hotel (figura 23), 87,1% dos entrevistados afirmaram que voltariam a visitar o hotel, enquanto somente 2,9% foram negativos a essa questão.

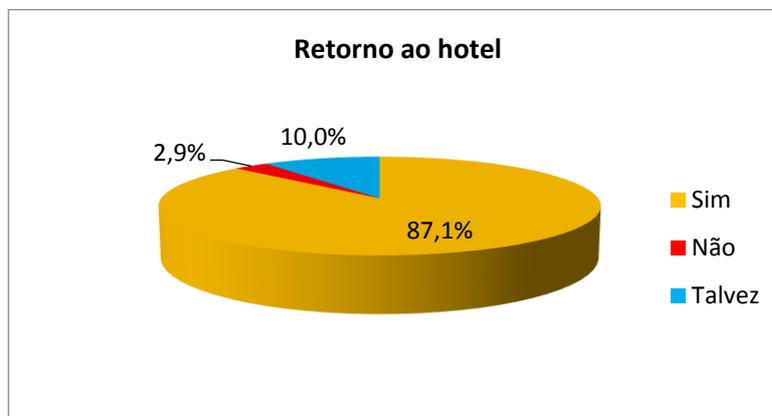


Figura 23 – Retorno dos entrevistados ao Barretos Country Thermas Hotel

Fonte: Pesquisa realizada pela autora

Com base no estudo apresentado acima, pode-se evidenciar que, as pessoas que ficam hospedadas no Barretos Country Thermas Hotel, excetuando-se o período da festa do peão, em sua grande maioria tem motivação à estrutura de lazer e recreação oferecida.

Observa-se também que esse público é formado por famílias que possuem em média dois filhos, com idades entre 4 e 12 anos, que são os responsáveis pela decisão da escolha do hotel, que está diretamente relacionada com a equipe de monitores e a estrutura do parque aquático.

## **5 CONCLUSÃO**

Conforme apresentado no início desse trabalho, o objetivo principal desse estudo era analisar o perfil e a motivação dos turistas que visitam o Barretos Country Thermas Hotel com o propósito de lazer, exceto durante o período da Festa do Peão de Boiadeiro da cidade.

A partir disso, foi identificado que o perfil dos hóspedes do Barretos Country Thermas Hotel se compõe por famílias com filhos. A idade dos adultos com maior relevância fica na faixa de 26 a 45 anos. Tais famílias são constituídas em média por dois filhos. As idades dos filhos são variadas, ficando entre 4 e 12 anos e mais de 20 anos.

Em relação à escolaridade e ocupação dos hóspedes, a pesquisa apontou que a maioria possui o ensino superior completo, sendo profissionais liberais e empresários. A renda familiar desses turistas está acima de R\$ 5.000,00.

Grande parte dessas famílias é proveniente do estado de São Paulo, sendo que mais de 50% ficam em um raio de no máximo 200 km de distância de Barretos e 31% estão distantes aproximadamente 400 km de Barretos. Observou-se durante a pesquisa que essas famílias procedentes da região de São Paulo se hospedam durante feriados ou durante as férias escolares, e passam mais dias no hotel em relação às famílias que residem em cidades mais próximas de Barretos.

O meio de transporte utilizado por esses hóspedes é o automóvel, e o tempo de permanência no hotel é de três dias em média. A pesquisa aponta também que os turistas que frequentam o Barretos Country Thermas Hotel viajam de duas a três vezes por ano, e planejam a viagem com antecedência de um a três meses.

O gasto médio por dia no hotel fica entre R\$ 50,00 e R\$ 100,00. Durante a pesquisa os hóspedes relataram não consumir mais que isso, pois as refeições ficam inclusas durante a hospedagem. Sendo assim, os gastos são em média com bebidas, guloseimas, entre outros.

Quanto à forma com que os turistas tomam conhecimento do hotel, o estudo mostra que a indicação de amigos e/ou familiares, as agências de viagens e as pesquisas no Google são as melhores ferramentas de divulgação do atrativo. Isso demonstra que as ações de marketing e propaganda são muito importantes para a propagação da empresa, porém o "boca-a-boca" continua sendo uma ferramenta muito eficaz e sem nenhum custo.

Em relação às motivações e interesses das pessoas que se hospedam no hotel a lazer, a pesquisa aponta que a equipe de recreação e o parque aquático são os responsáveis por atraírem o público interessado em visitar o hotel, e a decisão final pela escolha do atrativo parte na maioria das vezes pelos filhos. Fato este que se relaciona com a taxa de retorno dos hóspedes ao hotel, que é representada por 70% da amostra. Durante a aplicação dos questionários houve relatos de que algumas crianças abrem mão de festas e presentes de aniversário pelo retorno ao hotel.

As avaliações dos serviços prestados e da estrutura de lazer do hotel são positivas, sendo que ambas foram consideradas como "ótimo" e "bom".

Quanto às perspectivas de retorno dos hóspedes, as afirmações também são animadoras, já que aproximadamente 88% dos turistas voltariam a visitar o atrativo.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. G. **Desenvolvimento turístico ou desenvolvimento local? Algumas reflexões.** In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL. Curitiba: UFPR, 2004
- BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo.** Campinas: Papyrus, 1995.
- BRASIL, M. T. **Programa de regionalização do turismo – Roteiros do Brasil. Turismo e Sustentabilidade.** Brasília: MTur, 2009
- CAMARGO, L. O. **O que é lazer.** São Paulo: Brasiliense, 1989.
- DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular.** São Paulo: Perspectiva, 2008.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 1999.
- GOMES, C. L. **Dicionário crítico do lazer.** Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- MARCELLINO, N. C. **Lazer e educação.** Campinas: Papyrus, 1995.
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing.** São Paulo: Atlas, 2001.
- MOESCH, M. M. **A produção do saber turístico.** São Paulo: Contexto, 2002.
- MORESI, E. **Metodologia da pesquisa.** Brasília: 2003. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?cites>. Acesso em: 13 jun. 2017.
- MOTA, K. C. **Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal.** São Paulo: Atlas, 2001.
- OLÉIAS, V. J. **Conceitos de lazer.** Disponível em [www.cds.ufsc.br/~valmir/textos.html](http://www.cds.ufsc.br/~valmir/textos.html). Acesso em: 17 abr. 2017.
- ORGANIZAÇÃO M. T. **Introdução ao turismo.** Porto Alegre: Bookman, 2001.

## APÊNDICE A – ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO

Este questionário tem como objetivo avaliar o perfil e a motivação dos turistas de lazer que frequentam o Barretos Country Thermas Hotel.

1- Cidade de origem: \_\_\_\_\_

2- Gênero:

Feminino

Masculino

3- Faixa Etária:

18 a 25 anos

46 a 55 anos

26 a 36 anos

56 a 65 anos

36 a 45 anos

Acima de 65

4- Estado Civil:

Casado

Solteiro

Divorciado

Viúvo

5- Escolaridade:

Doutorado

Mestrado

Fundamental Completo

Pós-graduação

Fundamental Incompleto

Superior Completo

Médio Completo

Superior Incompleto

Médio Incompleto

6- Ocupação:

Aposentado

Funcionário Público

Dona de casa

Outro

Empresário

Profissional Liberal

Estudante

## 7- Renda Mensal Familiar:

- Até R\$ 1.500,00
- R\$ 1.501,00 a R\$ 2.000,00
- R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00
- R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00
- R\$ 4.001,00 a R\$ 5.000,00
- Mais de R\$ 5.000,00

## 8- Constituição do grupo:

- Com a família
- Com os amigos
- Excursão
- Sozinho

## 9- Possui filhos?

- Não
- Sim

## 10- Quantos filhos?

- Nenhum
- 1
- 2
- 3
- 4 ou mais

## 11- Se possui filhos, quais as idades:

- Até 3 anos
- De 4 a 8 anos
- De 9 a 12 anos
- De 13 a 16 anos
- De 17 a 20 anos
- Acima de 20 anos

## 12- Meio de transporte utilizado:

- Automóvel
- Avião
- Ônibus
- Outro

## 13- Tempo de permanência no hotel:

- 1 a 3 dias
- 4 a 6 dias
- 7 a 10 dias
- Mais de 10 dias

## 14- Número de viagens por ano:

1 3 2 4 ou mais

15-Tempo de planejamento desta viagem:

 Menos de 1 mês De 8 a 12 meses De 1 a 4 meses Mais de 1 ano De 4 a 8 meses

16-Gastos médios diários (consumo no hotel):

 Até R\$ 20,00 R\$ 50,00 a R\$ 100,00 R\$ 20,00 a R\$ 50,00 Mais de R\$ 100,00

17-Forma de conhecimento do hotel:

 Agência de viagem Indicação de amigos Divulgação em mídias e/ou familiares Pesquisa no Google Outdoors

18-Motivação da escolha do hotel:

 Localização Equipe de Recreação Relação custo-benefício Serviços Parque Aquático Outro Mini fazenda

19- Quais membros da família mais influenciam na decisão pela escolha do hotel?

 Esposa Filhos Esposo Toda a família

20- Frequência de Visitas:

 1ª Vez 4ª Vez 2ª Vez 5ª Vez

3ª Vez 6ª Vez ou mais

21- Como você avalia os serviços do Barretos Country Thermas Hotel?

 Ótimo Regular Bom Ruim

22- Como você avalia a estrutura de lazer do Barretos Country Thermas Hotel?

 Ótimo Regular Bom Ruim

23- Retornaria ao hotel?

 Sim Não Talvez