

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIENCIA E TECNOLOGIA DE SÃO PAULO –
IFSP.
CAMPUS BARRETOS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

FELIPE LOPES DE OLIVEIRA

Pesquisa de satisfação dos visitantes do parque aquático Hot Beach da cidade de
Olimpia-SP .

BARRETOS

2018

FELIPE LOPES DE OLIVEIRA

Pesquisa de satisfação dos visitantes do parque aquático Hot Beach da cidade de
Olímpia-SP.

Artigo apresentado como requisito parcial
para obtenção do título de Tecnólogo em
Gestão de Turismo, pelo Instituto Federal
de Educação, Ciência e Tecnologia de São
Paulo-IFSP (*campus* Barretos).

Orientador: Professor
Me. Vitor Edson Marques Júnior.

BARRETOS
2018

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DA OPINIÃO DOS VISITANTES DO PARQUE AQUÁTICO HOT BEACH DA CIDADE DE OLÍMPIA-SP.

Felipe Lopes de Oliveira
Vitor Edson Marques Júnior

Resumo: A presente pesquisa tem por objetivo fazer um levantamento da opinião dos visitantes em relação a estrutura e distribuição física do parque aquático Hot Beach, na estância turística de Olímpia-SP. Desse modo, sua estrutura física e a visão do público em relação a sua composição serão o objeto de estudo desta análise. A grande demanda que a estância turística possui atrai novos empreendimentos e investidores para o local, conseqüentemente a atividade turística obteve um grande aumento. Esses novos empreendimentos que chegaram, acabam representando novas alternativas de lazer na cidade, tais como os parques Águas de Olímpia e Hot Beach. Esse último, o Hot Beach, que é foco desta pesquisa, tem uma proposta diferente da do Thermas dos Laranjais, complexo turístico inaugurado em 1987. O Thermas já é uma realidade consolidada no estado de São Paulo, foi considerado o quarto parque mais visitado do mundo e um dos principais da América Latina. Com base nesta pesquisa percebeu-se que este novo parque busca atingir um público diferenciado, com foco na exclusividade, qualidade nos serviços e atendimento personalizado de seus visitantes. Este trabalho realizou um levantamento com os visitantes do Hot Beach visando confrontar a opinião deles em relação à estrutura e distribuição física do parque. Nesse sentido a pesquisa pode demonstrar que o parque possui um diferencial em sua estrutura e serviços e que seu público valoriza esses aspectos.

Palavras-chave: Parque Aquático; Estrutura e Distribuição Física; Opinião.

Abstract: The present research aims to survey visitors' opinions regarding the structure and physical distribution of the Hot Beach water park, in the tourist resort of Olímpia-SP. In this way, its physical structure and the public's vision in relation to its composition will be the object of study of this analysis. The great demand that the tourist resort has attracted new ventures and investors to the place, consequently the tourist activity obtained a great increase. These new ventures have come to represent new leisure alternatives in the city, such as the Águas de Olímpia and Hot Beach parks. The latter, Hot Beach, which is the focus of this research, has a different proposal from that of Thermas dos Laranjais, a tourist complex opened in 1987. Thermas is already a consolidated reality in the state of São Paulo, it was considered the fourth most visited park of the world and one of the leading Latin American countries. Based on this research, it was noticed that this new park seeks to reach a differentiated public, focusing on the exclusivity, quality in the services and personal service to its visitors. This work carried out a survey with the visitors of the Hot Beach to confront their opinion regarding the structure and physical distribution of the park. In this sense the research can demonstrate that the park has a differential in its structure and services and that its public values these aspects..

Keywords: Water Park; Structure and Physical Distribution; Opinion.

1 INTRODUÇÃO

Segundo Vannucci (1999), os Parques Temáticos são um grupo de atrações de entretenimento que se caracterizam por possuir temas específicos sobre um ou mais assuntos para a concepção de um ambiente imaginário, oferecendo ao visitante uma experiência diferenciada.

Os parques aquáticos são, nesse sentido, uma das modalidades apresentadas dos parques temáticos, pois tem suas atrações voltadas para as atividades à base de água, como, por exemplo, os toboáguas, que são tobogãs fechados onde as pessoas escorregam e caem em piscinas naturais, ou artificiais.

Compreende-se que, como qualquer atrativo turístico, os parques aquáticos precisam ter algumas infraestruturas mínimas para seu funcionamento e para proporcionar momentos confortáveis e seguros aos usuários. Nesse contexto, surge uma possível necessidade de realizar este estudo aqui apresentado, cujos objetivos foram:

1.2 Objetivos Gerais

A presente pesquisa tem por objetivo apresentar a estrutura física e efetuar um levantamento da opinião dos visitantes em relação à distribuição de atrativos e serviços do parque aquático Hot Beach, com a finalidade de efetuar uma pesquisa de satisfação do visitante.

Objetivos Específicos

- Apresentar a estrutura física do parque.
- Delinear a avaliação dos visitantes através de um levantamento feito por meio de um questionário.
- Mapear e enumerar a distribuição de atrativos e serviços oferecidos pelo parque.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Turismo.

No início deste trabalho, é necessário inserir uma breve apresentação do turismo, com a finalidade de introduzir o leitor no assunto abordado. O turismo tornou-se um grande objeto de estudo nos últimos anos, por possuir vasta ramificação, e, a partir disso, os estudiosos buscam suas definições, origem, caracterização, amplitude, função, entre outros universos de estudo.

A atividade praticada em todo o mundo possui um caráter multidisciplinar, pois engloba uma vasta variedade de setores econômicos. Ao debruçar-se sob essa área de estudos, nota-se que essa atividade não possui uma definição absoluta, segundo a Organização Mundial do Turismo (2001).

A OMT, em conjunto com outras organizações, aponta que:

O turismo, enquanto fenômeno impulsionado pela demanda, refere-se às atividades dos visitantes e a seu papel na aquisição de bens e serviços. Também pode ser considerado a partir da perspectiva da oferta, e nesse caso o turismo passa a ser entendido como um conjunto de atividades produtivas concebidas para atender fundamentalmente os visitantes (NU; OMT; CCE; OCDE, s/d, p.1).

Buscar uma definição exata não é possível no turismo, porém existem vertentes que podem auxiliar e sanar dúvidas frequentes. Por não possuir uma descrição global, existem várias definições, tais como a de Burkart e Medlik (1981), que definiram o turismo como um conceito ligado à viagem: “Os deslocamentos curtos e temporais das pessoas para destinos fora do lugar de residência e de trabalho e as atividades empreendidas durante a estada nesses destinos” (BURKART; MEDLIK, 1981, p.37).

Outros autores também definiram o turismo de maneira bem aproximada da manifestação de Burkart e Medlik, esses, por sua vez, definiram que:

“Turismo é o movimento provisório das pessoas, por períodos inferiores a um ano, para destinos fora do lugar de residência e trabalho, as atividades empreendidas durante a estada e as facilidades que são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas” (MATHIESON; WALL, 1982, p.38).

Diante dessas descrições, pode-se reunir um pouco de cada e formar uma definição mais completa com o intuito de fomentar os estudos e a compreensão da

população. Tal trabalho foi feito pela OMT, que unificou pontos positivos das definições de turismo e formalizou uma definição vasta e versátil que objetiva os principais atributos do turismo, a saber: “O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (OMT, 2001, p.38).

A medida que os conceitos do turismo são apresentados, a pesquisa traz uma breve apresentação teórica da definição de turismo, existem muitas ramificações a serem estudadas para compreender o turismo como um todo, porém o objetivo é apresentar uma breve introdução do assunto. Vale ressaltar que, para um bom entendimento do tema, faz-se necessário o conhecimento do sistema turístico.

O sistema reúne uma variedade de fatores que formam os elementos básicos da atividade turística, que são: demanda; oferta; espaço geográfico; e operadores de mercado.

Segundo a OMT (2001), essas são as definições dos elementos básicos no conceito de atividade turística:

1. Demanda – Formada por um conjunto de consumidores – ou possíveis consumidores – de bens e serviços turísticos.
2. Oferta – Composta pelo conjunto de produtos, serviços e organizações envolvidas ativamente na experiência turística.
3. Espaço geográfico – Base física na qual tem lugar a conjunção ou o encontro entre a oferta e a demanda e em que se situa a população residente, que, se não é em si mesma um elemento turístico, é considerada um importante fator de coesão ou desagregação, conforme é levado em conta ou não na hora de planejar a atividade turística.
4. Operadores de mercado – Empresas e organismos cuja principal função é facilitar a inter-relação entre a oferta e a demanda. Aqui se encontram as agências de viagens, as companhias de transportes regulares e aqueles órgãos públicos e privados que, mediante seu trabalho profissional, são artífices da organização e/ou promoção do turismo (OMT, 2001, p.39).

Considerando essas informações básicas, podemos pressupor que, com elas, obtemos uma compreensão inicial do turismo em sua formação teórica.

O estudo do turismo se faz importante para compreender o que essa atividade é capaz de proporcionar, tanto em sua parte teórica quanto em sua parte financeira, que é de suma importância na economia mundial.

No que se refere a questões econômicas, a indústria do turismo, de acordo com uma pesquisa feita pela WTTC (World Travel & Tourism Council) e a Oxford Economics em 2017, movimentou 10,4% do PIB (Produto Interno Bruto), uma contribuição de \$ 8,3 trilhões de dólares. Além de empregar 313 milhões de pessoas no mundo, movimentou \$1,5 trilhões de dólares em exportações e obteve um investimento \$ 882 bilhões de dólares. A pesquisa ainda ressalta que o setor global de viagens e turismo teve um crescimento de 4,6% no ano de 2017, um dado importante, pois a economia, nesse mesmo ano, cresceu apenas 3%; isso mostra a força e a importância que a indústria do turismo tem na economia mundial (WTTC, 2017; Oxford Economics, 2017).

Apresentado o potencial dessa atividade, subsequentemente apresenta-se os principais suportes para o turismo, que são eles: Meios de hospedagem, os transportes e os atrativos (motivação para a viagem).

Esses três são considerados como os pilares do turismo, pois são elementos essenciais para a prática do turismo, necessariamente um auxilia o outro, causando interdependência entre eles. Vale ressaltar que a cadeia de serviços turísticos depende essencialmente de turistas para se manter, causando uma dependência que se forma de maneira geral, assim, a integração dos serviços turísticos deve manter um padrão de qualidade e uma correlação para que seu mercado não desapareça. Devido a seu caráter multidisciplinar, o turismo depende de muitos fatores para se consolidar e se manter produtivo. Avaliando que, fatores externos possuem o poder para influenciar a atividade, vale ressaltar que esses fatores podem ser: Fatores físicos do local, fatores econômicos, organizacionais, socioculturais, institucionais dentre outros. Desta forma, considera-se também que:

[...] o desenvolvimento do turismo não atingirá seu ponto de excelência caso seja deixado inteiramente nas mãos do setor público ou do setor privado, já que o primeiro teoricamente voltará seus objetivos para maximizar os benefícios sociais e o segundo, para os lucros (MTur, 2010, p.60).

Conforme citado sobre os pilares do turismo, vale destacar e efetuar uma breve apresentação sobre eles. Como fatores principais, eles demonstram sua representatividade.

2.1.1 Meios de transporte

Os transportes desempenham um papel de suma importância para o turismo, pois os meios de transportes são encarregados de transportar ou interligar as pessoas do núcleo emissor até o núcleo receptor. Esse deslocamento pode ser realizado por inúmeros meios, tais como aéreo, rodoviário, marítimo, dentre outros, formando, assim, uma rede de transportes. De acordo para Beni (1998, p.193), o transporte é:

Componente indispensável da vida moderna, então essencial para o Sistema de Turismo – SISTUR. O Deslocamento pode ser feito através de diversos meios de transporte de acordo com a preferência do turista, condicionada geralmente ao custo e ao destino da viagem, deve-se enfatizar que esse conhecimento é absolutamente necessário para quem atua no setor de turismo e, sobretudo, para quem se dedica ao marketing turístico, dominar todas as variáveis que podem interferir na empresa ou na área específica desse importante segmento do serviço constitui instrumento fundamental para o profissional com formação superior em turismo.

Segundo La Torre (2002, p. 08), há seis fatores de medição no transporte: comodidade, agilidade de movimento, alcance, preço, rapidez e segurança. Entre a atividade turística e os transportes. Figura essencial para o turismo, o transporte é responsável pelo deslocamento dos viajantes dos núcleos emissores para os receptores e vice-versa, bem como pelos deslocamentos turísticos até os atrativos acessíveis ao viajante, ao mesmo tempo exercem um papel fundamental para o desenvolvimento de qualquer destino turístico. A evolução do transporte propiciou maior conforto e comodidade no turismo, assim, que as conquistas na qualidade e na quantidade os transportes estimulam o turismo, aquecendo a demanda e contribuindo também para o desenvolvimento.

2.1.2 Meios de hospedagem

Os meios de hospedagem são estabelecimentos que têm por objetivo receber e oferecer estadia, serviços e alguns casos opções de lazer aos turistas. São inúmeras categorias existentes. O Ministério do Turismo, por meio do SBClass (Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de hospedagem), classifica e nomeia os meios de hospedagens por estrelas e pela nomenclatura. Alguns exemplos são:

I - HOTEL: estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária;

II - RESORT: hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento;

III - HOTEL FAZENDA: localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo;

IV - CAMA E CAFÉ: hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento resida;

V - HOTEL HISTÓRICO: instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida;

Entende-se como fatos histórico-culturais, citados no inciso V, aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos.

VI - POUSADA: empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs; e

VII - FLAT/APART-HOTEL: constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação”. (MTur-, 2015).

Esses são os meios de hospedagens que o MTur classificou. A classificação e nomenclatura seguem o SBClass. Dessa forma, é definido quantas estrelas o estabelecimento possui e em qual categoria ele se enquadra.

2.1.3 Atrativo

Os atrativos (agente motivador) são o fator primário considerado na tomada de decisão, pois são os responsáveis por atrair os turistas. Tais agentes podem ser tanto artificiais, quanto naturais; o fator a ser considerado nessa escolha é o segmento no qual se deseja visitar. A imagem desse atrativo deve transmitir um convite ou algo que motive a viagem, por isso as empresas do setor turístico têm a missão de fazer a promoção desse atrativo de tal forma que instigue o consumidor e o distribua para sua demanda. Nesse sentido, Rabahy (2003) afirma que, “procedendo assim, ajuda a tornar o produto mais conhecido, desperta o interesse do consumidor potencial a requerer informações adicionais e contribui para remover as hesitações dos estágios iniciais de consumo dos novos produtos” (RABAHY, 2003, p.122).

Um atrativo turístico é composto de “locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Os atrativos turísticos podem ser naturais; culturais; atividades econômicas; eventos programados” (BRASIL, MTUR, 2007b, p.27). O atrativo “é o elemento que desencadeia o processo turístico” (VALLS, 2006, p. 27), ou seja, a matéria-prima do turismo sem a qual um país ou uma região não poderiam empreender o desenvolvimento turístico (BOULLÓN, 1983).

2.1.4 Alimentos e bebidas

A atividade deste setor envolve desde o atendimento pessoal até oferta de saborear um bom prato e de degustar uma excelente bebida, seja ao lado da família, dos amigos, ou de pessoas novas que se pretende conhecer. O Setor de Alimentos e Bebidas é responsável pela chegada, permanência e volta de novos clientes/hóspedes. A alimentação e o turismo são dois elementos que caminham lado a lado. A qua-

lidade na prestação de serviços e total produtividade, faz - se necessário a implantação de alguns métodos, dentre estes, o senso de limpeza. Para trazer mais benefícios para o estabelecimento, é preciso manter o ambiente organizado, os objetos e o local de trabalho em perfeito estado de higiene (CASTELLI, 2003). O setor de A & B precisa de muitos cuidados especiais, pelo fato de estar relacionado diretamente com a saúde das pessoas. A higiene e segurança andam sempre juntas, já que a falta de uma delas pode resultar em alimentos impróprios para consumo de qualquer pessoa (KNIGHT e KOTSCHEVAR, 2005).

O alimento é um dos elementos essenciais da experiência turística, podendo tanto satisfazer às necessidades biológicas quanto ser visto como um atrativo pelos turistas. A junção desses dois fatores é que interessa para o estudo das relações entre alimentação e turismo. O segmento do turismo está relacionado aos motivos de viagem e tem como principal base atrativos que os compõem, tais como lazer, comércio, religião, entre outros. Os elementos gastronômicos passíveis de utilização turística são diversos, os quais podem ser tanto privados (refeitórios nos centros urbanos e cozinhas no campo) como públicos (restaurantes, cafés, bares, etc.).

2.1.5 Acessibilidade

Acessibilidade é garantir e permitir que todos exerçam seus direitos de ir e vir, de acesso ao transporte, à comunicação, à educação, ao trabalho e ao lazer. Qualquer que seja o estabelecimento, turístico ou comercial, deve possuir adaptações que o turista com deficiência tenha independência, autonomia e dignidade de forma coletiva ou individual. Essas edificações deverão seguir o modelo universal que será utilizado na produção de espaços ou de objetos, permitindo a igualdade no seu emprego por todos, inclusive pelas pessoas com deficiências e mobilidade reduzida (MTur, 2009, p.27).

Para o Ministério do Turismo, a igualdade social pressupõe garantir a acessibilidade a todos, independentemente de quais sejam as necessidades das pessoas com deficiência e com restrição de mobilidade, por isso assume um caráter estratégico de ação efetiva do Estado. Nesse caso, é responsabilidade do Ministério do Turismo sensibilizar e disseminar orientações acerca da acessibilidade nos mais diversos setores

ligados diretamente e indiretamente à atividade turística, tais como prestação de serviços, equipamentos e atividades turísticas. (MTur, 2009, p.9).

São inúmeras as medidas que preveem a inclusão e igualdade. Buscando dar autonomia e acessibilidade, o movimento de sensibilização possui uma força global, de tal forma a ONU (Organização das Nações Unidas) define que:

Os países membros [da ONU] devem garantir que pessoas com deficiência tenham as mesmas oportunidades de desfrutar de atividades recreativas que têm os outros cidadãos. Isto envolve a possibilidade de frequentar restaurantes, cinemas, teatros, bibliotecas, etc., assim como locais de lazer, estádios esportivos, hotéis, praias e outros lugares de recreação. Os países membros devem tomar a iniciativa removendo todos os obstáculos neste sentido. As autoridades de turismo, as agências de viagens, organizações voluntárias e outras envolvidas na organização de atividades recreativas ou oportunidades de viagem devem oferecer serviços a todos e não discriminar as pessoas com deficiência (ONU, 1982).

2.2 Olímpia

A Estância Turística de Olímpia está localizada na região Noroeste do Estado. A cidade possui uma área aproximada de 804 km² e uma população estimada em 52.650 habitantes (IBGE, 2013). A economia do município é baseada na agroindústria e no comércio, porém o turismo tem obtido destaque com a expansão do Termas dos Laranjais, criação de novos parques aquáticos como o Hot Beach e Aguas de Olímpia, construção de novos empreendimentos tais como Resorts do Hot Beach e Enjoy. Tal expansão tem impulsionado novos investidores para a cidade gerando renda e movimentando a economia do município.

Mapa 1. Estância Turística de Olímpia.



Fonte: [www.https://www.olimpia.sp.gov.br](https://www.olimpia.sp.gov.br). Acesso em: 10 de dez.2018.

O município possui rotas privilegiadas em termos de acessibilidade, encontra-se a 429Km da capital, São Paulo, a 50Km de São José do Rio Preto, a 49Km de Barretos.

A cidade tem acessos para: Rodovia Anhanguera (SP-330), Washington Luis (SP-310), Rodovia Brigadeiro Faria Lima (SP-326), Rodovia Armando Sales de Oliveira (SP-322), km 442 acesso a Olímpia. Rodovia dos Bandeirantes (SP-348) e ou Rodovia Anhanguera (SP-330), Whashington Luis (SP-310) acesso no km 395, Cati-guá, Tabapuã e Olímpia.

Mapa 2. Localização da Estância Turística de Olímpia.



Fonte: [www.https://www.olimpia.sp.gov.br](https://www.olimpia.sp.gov.br). Acesso em: 10 de dez.2018.

2.2.1 Hot Beach

O Hot Beach é um parque aquático recém construído em Olímpia-SP, teve início das atividades em meados de 2017. Conta com: 13 atrações; 3 Áreas com vestiários e aluguel de armários; Praça de alimentação; Ambulatório; Restaurante Santa Carolina; Estacionamento; Resort em anexo ao parque; Opções de compras (utensílios, capinhas, protetores etc.); Venda de produtos (sorvete, fotos etc.). Distribuídas em 80 mil m².

Mapa 3. Mapa descritivo do parque.



Fonte: Hot Beach. Disponível em: www.hotbeach.com.br. Acesso em: 20 de jul. 2018.

3 MATERIAL (IS) E MÉTODOS.

A presente pesquisa enquadra-se como uma análise exploratória e descritiva, pois busca apresentar a estrutura física do parque e efetuar uma pesquisa de satisfação com os visitantes. Segundo Dencker (1998), a pesquisa exploratória tem a pre-

tensão de aprimorar ideias ou descobrir intuições. A pesquisa descritiva procura descrever fenômenos ou estabelecer relação entre as variáveis. A pesquisa bibliográfica, de acordo com Marconi e Lakatos (1992, p. 43), refere-se ao levantamento de toda bibliografia já publicada, objetivando a análise das diversas variações e debates acerca de determinado assunto. Dessa forma, buscou-se a fundamentação deste trabalho em livros, revistas, periódicos, publicações impressas e online.

Quanto à sua estruturação, compreende algumas fases principais, que mostram: Uma pesquisa de satisfação, o levantamento da estrutura física do parque; de que forma foi efetuada a distribuição de atrativos, lojas, restaurantes; e a aplicação de um questionário para 150 pessoas, com seis perguntas aplicadas aos finais de semana e feriados do mês de agosto, com visitantes acima de 20 anos. Voltada aos visitantes a pesquisa tem como objetivo analisar a perspectiva em relação à composição e à distribuição física do parque.

Com a meta de reunir informações e dar credibilidade à pesquisa, foi efetuada uma coleta de dados por meio de visitas ao parque, com o objetivo de desenvolver uma pesquisa de campo com base intuitiva, a fim de captar a opinião dos visitantes em relação à estrutura física e à distribuição do parque aquático Hot Beach.

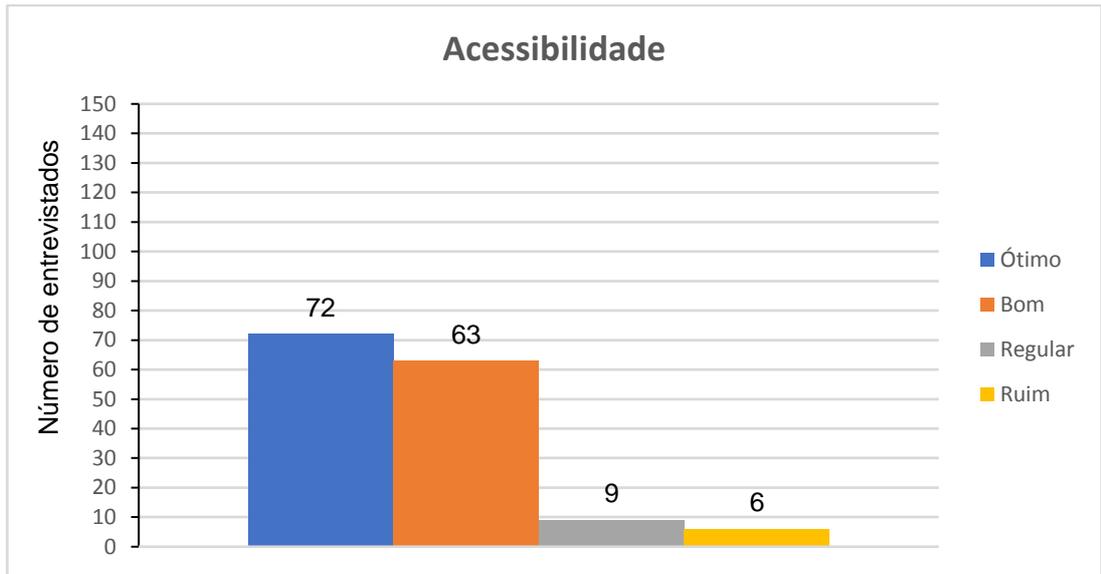
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Pesquisa de satisfação.

Os dados levantados pela pesquisa captaram a opinião dos visitantes em relação a acessibilidade, alimentos e bebidas, os atrativos, o número de atrativos, a distribuição de espaços e serviços e a estrutura do parque aquático Hot Beach, conforme proposto nos objetivos desta pesquisa.

Gráfico 1. Acessibilidade.

Quais são suas considerações da acessibilidade do parque?

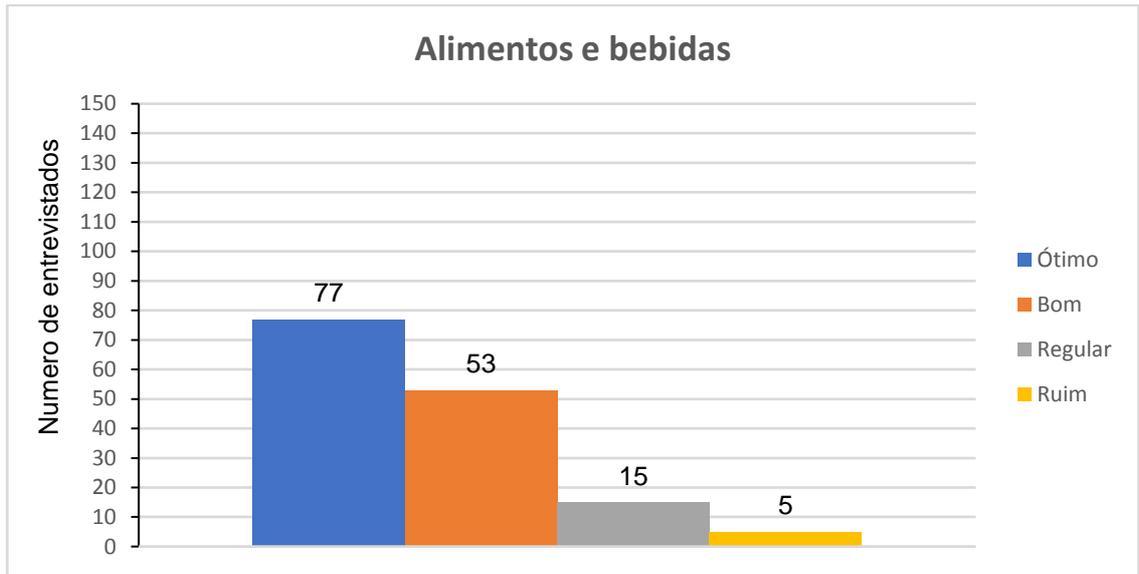


Fonte: (Lopes, Felipe.2018).

De acordo com os entrevistados, grande maioria acredita que a acessibilidade do parque é ótima ou boa. Os principais fatores para tal resultado pode ser: o planejamento do parque em uma concepção plana com muitas rampas e vias de acesso facilitando a locomoção e dando autonomia para pessoas com mobilidade reduzida e cadeirante.

Gráfico 2. Alimentos e bebidas.

Em relação a estrutura de Alimentos e Bebidas, qual foi a sua percepção ?

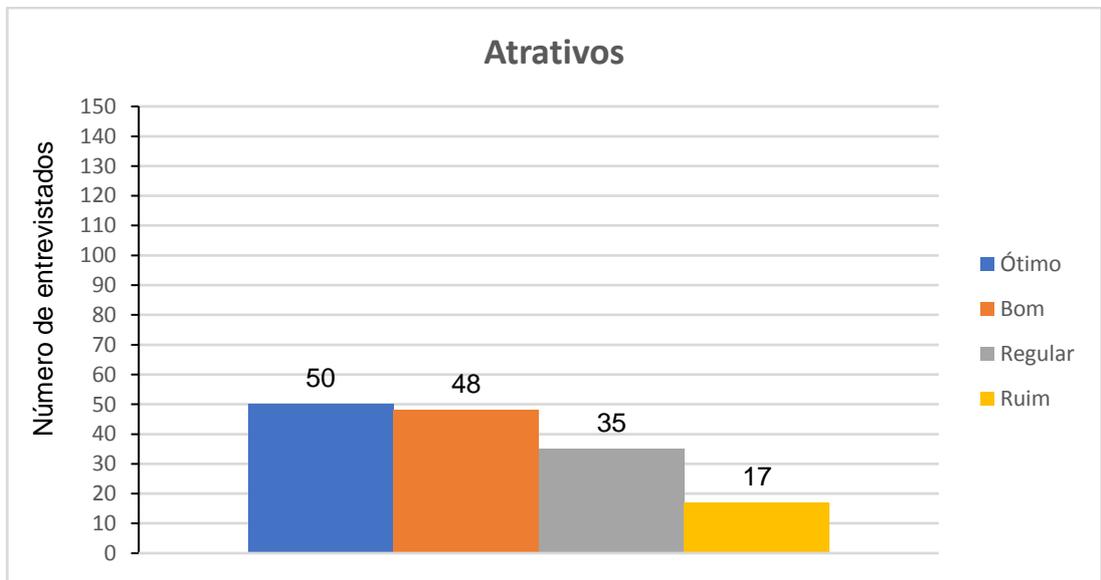


Fonte: (Lopes, Felipe.2018)

O setor de alimentos e bebidas possui uma gama diversificada de opções, sendo considerada ótima e boa por 130 dos entrevistados gostaram dos produtos e serviços prestados por esse setor. Isso devido as otimas opções que o parque oferece, o restaurante Santa Carolina conquistou seus visitantes com extrema qualidade de alimentos e bebidas, considerando também os bares espalhados pelo parque com uma gama de drinks e bebidas bem avaliada pelos visitantes do parque.

Gráfico 3. Atrativos.

De maneira geral, qual a sua opinião dos atrativos do parque?



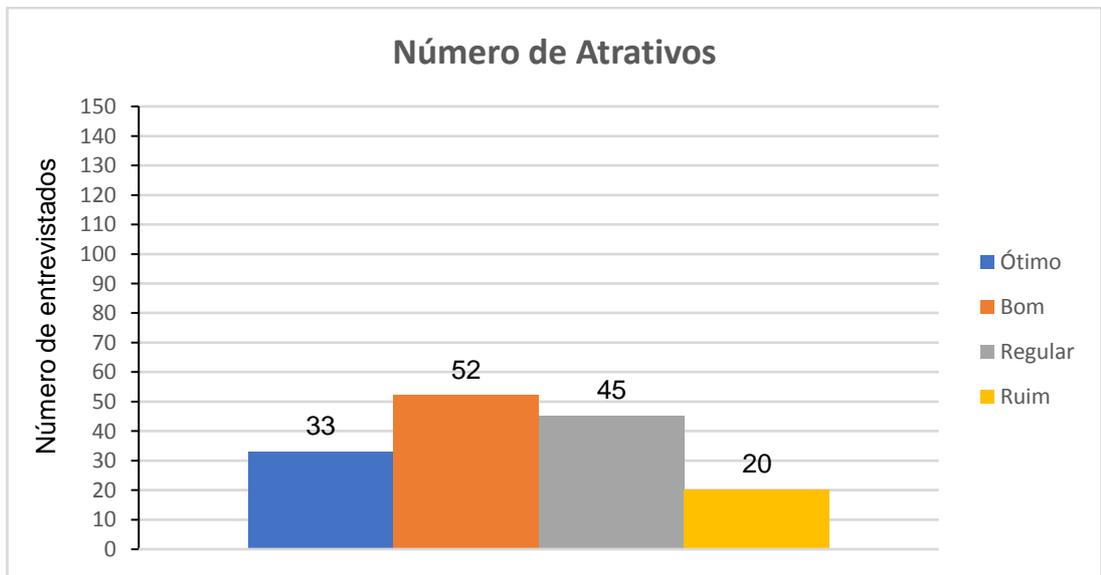
Fonte: (Lopes, Felipe.2018)

De acordo com os entrevistados, 98 visitantes consideram os atrativos do parque como ótimo ou bom. Porém, 52 avaliou como regular ou ruim, um fator a ser considerado, pois esse número é elevado para uma empresa que tem como diferencial a qualidade e exclusividade dos atrativos, produtos e serviços.

O possível fator para o alto número de avaliações negativas é a comparação com os atrativos do Thermas dos Laranjais, pois mesmo existindo diferença nos atrativos, persiste tal comparação.

Gráfico 4. Número de atrativos.

Qual a sua percepção sobre o número de atrativos existentes no Parque?



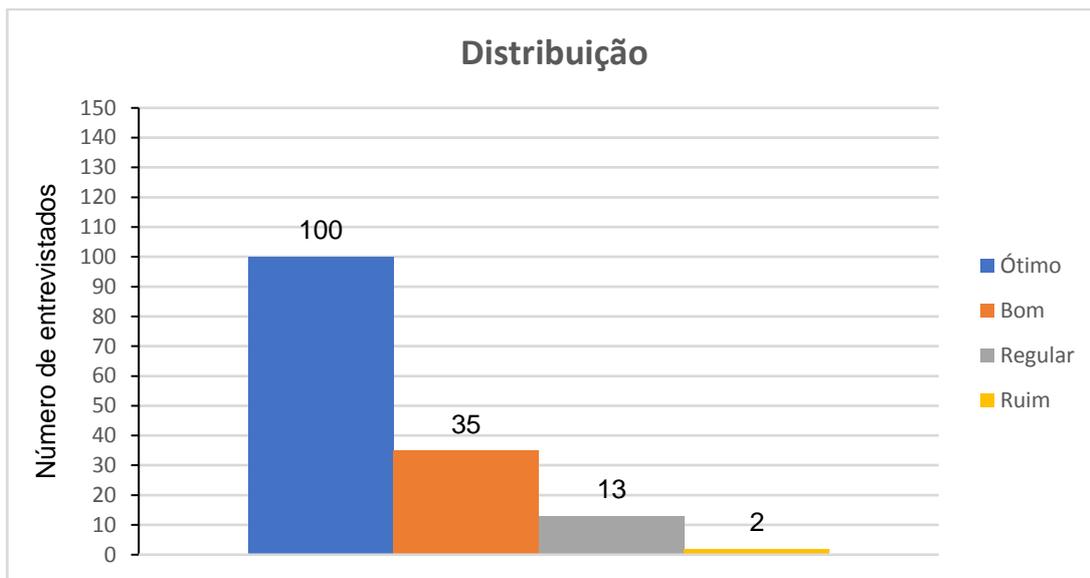
Fonte: (Lopes, Felipe.2018)

O número de atrativos do parque foi considerado por 85 entrevistados como ótimo ou bom. Mas a quantidade de atrativos é algo a ser melhorado, pois 65 visitantes acreditam que o número de atrativos é regular ou ruim, causando, assim, certa

insatisfação por parte dos entrevistados. O fator para o alto número de avaliações negativas é a comparação com o Thermas dos Laranjais, pois o Thermas possui mais de 60 atrações e o Hot Beach apenas 13, tal comparação foi feita por inúmeros visitantes, considerando como um problema ou algo a ser repensado pelo parque.

Gráfico 5. Distribuição de espaços e serviços.

Como você classifica a distribuição dos espaços e serviços dentro do parque?
(armários, atrativos, restaurantes, lojas etc).

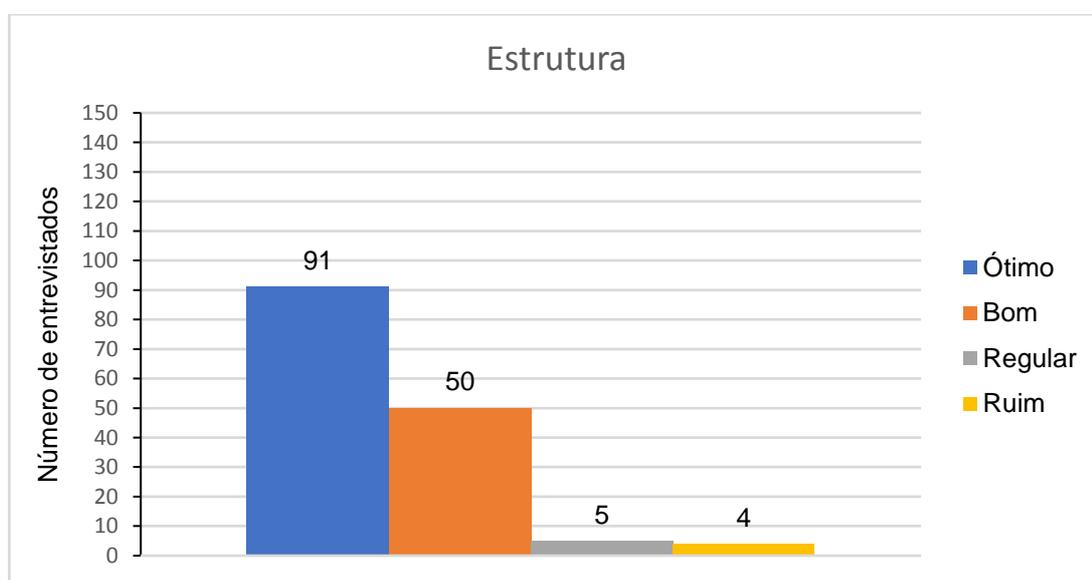


Fonte: (Lopes, Felipe.2018)

A distribuição dentro do parque é um diferencial, pois 135 entrevistados consideram a distribuição de espaços e serviços ótimo ou bom, mostrando uma grande satisfação por parte dos visitantes. Tal satisfação demonstra um planejamento estrutural e organizacional feito pelo parque e bem avaliado por seus visitantes que consideram a distribuição objetiva e bem formulada.

Gráfico 6. Estrutura.

Qual a sua avaliação da estrutura geral do parque?



Fonte: (Lopes, Felipe.2018)

A estrutura do parque, sem dúvida, é o diferencial de acordo com os visitantes, pois 141 visitantes consideraram como ótimo ou bom. Considerando o parque como um local bem construído, sinalizado e conservado. Os fatores para tal aceitação são: Manutenção, sinalização e seu estado de conservação, porém vale ressaltar que o parque tem apenas um ano de funcionamento, justificando tais qualidades.

6 CONCLUSÃO

Conforme apresentado na análise dos resultados, os dados levantados pela pesquisa captaram a opinião dos visitantes em relação a acessibilidade, alimentos e bebidas, os atrativos, o número de atrativos, a distribuição de espaços e serviços e a estrutura do parque aquático Hot Beach, conforme proposto nos objetivos desta pesquisa. Da mesma forma, quanto ao problema de pesquisa, que buscava responder como os visitantes classificam o parque aquático, a presente pesquisa, cumpriu o objetivo de fazer uma pesquisa de satisfação dos visitantes do parque aquático Hot Beach, na estância turística de Olímpia-SP. Dessa forma, sua estrutura física e a visão do público em relação a sua composição foram o objeto de estudo desta análise. Os resultados alcançados mostraram que o parque possui como diferencial sua estrutura que permite atrair um público também diversificado.

Com base na realização desta pesquisa e no conhecimento adquirido por meio dos autores estudados e citados no referencial teórico, compreende-se a importância de fatores que influenciam na qualidade de um atrativo; esses fatores foram considerados e colocados no questionário que foi aplicado com 150 pessoas.

A resposta encontrada ao final da pesquisa demonstrou que o parque aquático possui uma ótima estrutura e qualidade nos serviços, porém, necessita de mais atrações. A partir dos dados levantados percebe-se que uma ampliação das atrações existentes no Hot Beach, poderia aumentar a diversidade de atrativos e consequentemente a satisfação de seus visitantes.

Entretanto, aconselha-se a ampliação deste estudo, de forma que se possa atingir uma amostragem mais representativa, com dados coletados em um período maior, ampliando também a diversidade de público. Em paralelo a isso, sugere-se que esse tema seja abordado por outros estudantes da área de turismo, também como por outros campos de conhecimento, pois claramente haverá contribuições de inúmeras formas, ampliando o conhecimento sobre essa temática, desenvolvendo e qualificando o setor do turismo.

REFERÊNCIAS

- BENI, Mario Calos. **Análise Estrutural do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Senac, 1998.
- BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei no 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei no 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/acesso-a-informacao/63-acoes-e-programas/5021-sistema-brasileiro-de-classificacao-de-meios-de-hospedagem-sbclass.html>>. Acesso em: 03 de mar. 2018.
- BOULLÓN, Roberto C. **Planificación del espacio turístico**. México: Editorial Trillas, 1983.
- CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.
- Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo — Roteiros do Brasil: **Módulo Operacional 7 – Roteirização Turística** / Brasília: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, 2007b.
- HOT BEACH. **Mapa do parque**. Disponível em: www.hotbeach.com.br. Acesso em: 20 de jul. 2018.
- IBGE. **Cidades**. Disponível em:
- KNIGHT, John Barton; KOTSCHEVAR, Lendal Henry. **Gestão, planejamento e operação de restaurantes**. São Paulo: Roca, 2005.
- LA TORRE, Francisco. **Sistemas de Transportes Turístico**. São Paulo: Roca. Tradução: Cláudia Bruno Galvão, 2002.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Editora Atlas, 1992.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional: 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional: Relatório Brasil 2010**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional -- Relatório Brasil 2010**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- NU; OMT; CCE; OCDE. Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre El marco conceptual. **Estudios de métodos**, Serie F, n. 80, Rev.1. Luxemburgo/Madrid/Nueva York/Paris, 2008.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001. p.35-49.
- PALHARES, G. L. Ameaças, crises e riscos no turismo globalizado e a suscetibilidade do sistema de transporte. In: AZAMBUJA, M. S. de. (Org.). **O turismo e a ação das variáveis controláveis e incontroláveis**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006. p. 103-123.

RABAHY, W. **Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento**. Barueri, SP: Manole, 2003.

WTTC; Exford Economics. **Country Economic Impact Analysis**. 2017. Disponível em: <<https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>>. Acesso em: 03 de mar. 2018.

VALLS, Josep-Francesc. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Tradução: Cristiano Vasques e Liana Wang. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

VANNUCCI, P. **Parques Temáticos No Brasil: Um Setor Particular Da Moderna Indústria Do Turismo**. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=000295695>>. Acesso em: 13 out. 2018.

APÊNDICE A - TÍTULO



Questionário (Análise da estrutura)

Este questionário tem como objetivo efetuar um levantamento da opinião dos visitantes em relação a distribuição de atrativos e serviços do parque aquático Hot Beach.

Agradecemos sua colaboração

1. Quais são suas considerações da acessibilidade do parque?

- () Ótimo;
- () Bom;
- () Regular;
- () Ruim.

2. Em relação a estrutura de Alimentos e Bebidas, qual foi a sua percepção ?

- () Ótimo;
- () Bom;
- () Regular;
- () Ruim.
- () outras_____.

3. De maneira geral, qual a sua opinião dos atrativos do parque?

- () Ótimo;
- () Bom;
- () Regular.
- () Ruim.

4. Qual a sua percepção sobre o número de atrativos existentes no Parque?

- () Ótimo;
- () Bom;
- () Regular.
- () Ruim.
- () outras_____.

5. Como você classifica a distribuição dos espaços e serviços dentro do parque?
(armários, atrativos, restaurantes, lojas etc)

- Ótimo;
- Bom;
- Regular.
- Ruim.

6. Qual a sua avaliação da estrutura geral do parque?

- Ótimo;
- Bom;
- Regular.
- Ruim.

ANEXO A – MAPA DO PARQUE



Fonte: Hot Beach. Disponível em: www.hotbeach.com.br. Acesso em: 20 de jul. 2018.

ANEXO B – FOTO DA CIDADE DE OLÍMPIA.



Fonte: [www.https://www.olimpia.sp.gov.br](https://www.olimpia.sp.gov.br). Acesso em: 10 de dez.2018.

ANEXO C – MAPA DO ESTADO DE SÃO PAULO.



Fonte: [www.https://www.olimpia.sp.gov.br](https://www.olimpia.sp.gov.br). Acesso em: 10 de dez.2018.