



Vol. 11, Nº 25 (diciembre / dezembro 2018)

LAZER HOTELEIRO E TURISMO: UM ENFOQUE NO THERMAS HOTEL E RESORT DE MOSSORÓ/RN

Edinal Salustiano da Silva¹

Pós-graduando em Educação e Contemporaneidade – IFRN

Adriana Neves Rocha Costa²

Bacharel em Turismo – UERN

Prof. Ms. Roberto Rangel Pereira³

Prof. Do Departamento de Turismo - UERN

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Edinal Salustiano da Silva, Adriana Neves Rocha Costa y Roberto Rangel Pereira (2018): “Lazer hoteleiro e turismo: um enfoque no Thermas Hotel e Resort de Mossoró/RN”, Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 25 (diciembre / dezembro 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/turydes/25/thermas-hotel.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25thermas-hotel>

RESUMO: Entende-se o lazer como uma atividade de divertimento, descanso, como também como a possibilidade de desenvolvimento de aspectos biológicos e psicológicos que proporcionam prazer e alegria. Desse modo, essa pesquisa tem como principal objetivo verificar a importância do lazer nos espaços dos hotéis, realizando um estudo de campo no Thermas Hotel e Resort, localizado na cidade de Mossoró-RN. Para isso, foi realizada uma pesquisa quantitativa e qualitativa, tendo como método de coleta de dados a entrevista. De tal modo, foi realizada entrevistas com 66 clientes que estavam presentes no Thermas Hotel e Resort, buscando conhecer os principais motivos que levaram os mesmos a se hospedarem no hotel, assim como a avaliação dos mesmos sobre as opções de lazer na instituição. Como resultado, observou-se que apesar dos clientes, em sua grande maioria, buscarem o lazer oferecido pelo resort, alguns considera que pode haver melhorias em relação às condições dos serviços oferecido na área de entretenimento do hotel. Desse modo, conclui-se que o Thermas Hotel e Resort oferecem muitas opções de lazer e entretenimento as quais os hóspedes entrevistados se sentem, de forma geral, satisfeitos com o que é oferecido, porém a gerencia do hotel deveria buscar modernizar-se e levar a frente às necessidades dos hospedes, oferecendo aos mesmos uma maior diversidade de serviços para que possa atender os anseios de sua necessidade.

Palavras-Chave: Turismo - Lazer - Entretenimento - Hotelaria.

¹ Bacharel em Turismo pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN; Pós-graduando em Educação e Contemporaneidade – IFRN e Graduando em Administração pela Universidade Federal Semi-Árido – UFERSA. E-mail: edinal2050@hotmail.com

² Bacharel em Turismo pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. E-mail: adriananrcosta@gmail.com

³ Professor Adjunto I do Departamento de Turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN; Bacharel em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas; Pós-graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. E-mail: rangel.pereira@gmail.com

ABSTRAT: Leisure is understood as an activity of fun, rest, as well as the possibility of developing biological and psychological aspects that provide pleasure and joy. Thus, this research has as main objective to verify the importance of leisure in the spaces of the hotels, conducting a field study at Thermas Hotel and Resort, located in the city of Mossoró-RN. For this, a quantitative and qualitative research was carried out, having as method of data collection the interview. Thus, interviews were conducted with 66 clients who were present at the Thermas Hotel and Resort, seeking to know the main reasons that led them to stay at the hotel, as well as their evaluation of the leisure options in the institution. As a result, it was noted that although most of the clients are looking for the leisure offered by the resort, some consider that there may be improvements in relation to the conditions of the services offered in the hotel's entertainment area. In this way, it can be concluded that the Thermas Hotel and Resort offer many leisure and entertainment options which the guests interviewed generally feel satisfied with what is offered, but hotel management should seek to modernize and take to meet the needs of guests, offering them a greater diversity of services so that it can meet the needs of their needs.

Keywords: Tourism – Recreation – Entertainment - Hospitality

RESUMEN: Se entiende el ocio como una actividad de diversión, descanso, así como la posibilidad de desarrollo de aspectos biológicos y psicológicos que proporcionan placer y alegría. De este modo, esta investigación tiene como principal objetivo verificar la importancia del ocio en los espacios de los hoteles, realizando un estudio de campo en el Thermas Hotel y Resort, ubicado en la ciudad de Mossoró-RN. Para ello, se realizó una investigación cuantitativa y cualitativa, teniendo como método de recolección de datos la entrevista. De tal modo, se realizaron entrevistas con 66 clientes que estaban presentes en el Thermas Hotel y Resort, buscando conocer los principales motivos que llevaron a los mismos a alojarse en el hotel, así como la evaluación de los mismos sobre las opciones de ocio en la institución. Como resultado, se observó que a pesar de los clientes, en su gran mayoría, buscar el ocio ofrecido por el resort, algunos considera que puede haber mejoras en relación a las condiciones de los servicios ofrecidos en el área de entretenimiento del hotel. De este modo, se concluye que el Thermas Hotel y Resort ofrecen muchas opciones de ocio y entretenimiento que los huéspedes entrevistados se sienten, en general, satisfechos con lo que se ofrece, pero la gerencia del hotel debería buscar modernizarse y llevar frente a las necesidades de los huéspedes, ofreciendo a los mismos una mayor diversidad de servicios para que pueda atender los anhelos de su necesidad.

Palabras clave: Turismo – Ocio – Entretenimiento - Hospitalidad.

1. INTRODUÇÃO

O turismo pode ter mais de uma interpretação aceitável, podendo defini-lo como dimensão econômica ou social. Para Souza (2010) “o turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de grupos de indivíduos”, o lazer é uns que mais motiva o sujeito à prática o turismo, onde será o primeiro eixo da pesquisa.

Quando se fala em lazer no Brasil, conceituam como ócio, sossego e tempo livre. Assim, o lazer é interpretado como um passa tempo, por essa concepção, pode-se entender como uma área multidisciplinar e ser estudada e desenvolvida em várias perspectivas.

Desse modo, almeja-se tecer uma interpretação sobre a qualidade do lazer hoteleiro, focada no Thermas Hotel e Resort, situada no Estado do Rio Grande do Norte no município de Mossoró, onde pretende-se discutir uma discussão com bases referenciais e o desenvolvimento de uma metodologia considerada como uma pesquisa quantitativa e qualitativa, fundamentada na aplicação de questionários e posterior análise etnográfica no hotel.

Em um primeiro momento contemplará com uma abordagem ao lazer e sua inserção no espaço da hotelaria contendo as definições de lazer e turismo e ainda, o lazer no espaço hoteleiro. Já no segundo capítulo deverá esboçar sobre as possibilidades de lazer nos hotéis, abordando as questões da recreação e entretenimento, assim como, a hospedagem e a

qualidade no atendimento. O terceiro capítulo aborda os resultados e as discussões dos mesmos buscando relacionar o conhecimento sobre o assunto e as análises feitas com base nas entrevistas.

Dessa maneira, o turismo é representando na atualidade como um conjunto de atividades econômicas onde o ramo hoteleiro investe no lazer e bem estar dos clientes como forma de aprimorar seus serviços e tornar seu produto mais atraente. O lazer torna-se um comportamento cultural de uma sociedade de consumo que busca, cada vez mais, satisfazer suas necessidades e expectativas mediante esses e outros recursos como forma de distração de sua rotina diária de trabalho e vida pessoal.

2. TURISMO E LAZER HOTELEIRO

O tempo, na sociedade contemporânea, é um fator que cada vez mais se torna escasso. As pessoas estão sempre atrasadas, correndo em busca do “tempo perdido”, ocupadas com o trabalho, os estudos e as responsabilidades sociais.

Nesse sentido, o turismo e o lazer têm sido pensados e estudados a partir de duas perspectivas fundamentais: uma em relação ao trabalho e a outra em relação ao processo de mercantilização do tempo livre e da cultura da sociedade capitalista industrial.

O turismo como conceito tem muito viés, discutidos ainda, mas sem que se encontre uma definição consensual. Alguns autores definem o turismo na dimensão econômica, outros focam para o lado social. Na concepção de Moesch (2002) o turismo é:

[...] 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, p. 7).

O autor (2002) ainda concede em uma conclusão que:

(...) de um lado, conjunto de turistas; do outro, os fenômenos e relações que esta massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes que o núcleo deve habilitar, para atender às correntes (...). Turismo é o conjunto das organizações privadas ou públicas que surgem, para fomentar a infraestrutura e a expansão do núcleo (...). Também são os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras. (MOESCH, 2002, p. 11)

Portanto, o turismo é frequentemente representando como um conjunto de atividades econômicas. Porém, entende-se que a questão econômica é apenas uma parte do todo, sendo importante verificar outras dimensões como a social e cultural. Pois, como se pode ver, o turismo pode ser considerando um fenômeno social, cultural e espacial, envolvendo o deslocamento de pessoas pelos mais diversos motivos, onde as mesmas saem do seu espaço habitual para visitar outros lugares. Essa visita gera inter-relações de importância econômica, política, social e cultura (Souza, 2010).

Assim como o turismo, o lazer também é uma definição com muitas controvérsias. Sobre essa perspectiva estão inseridos autores como Taschner (2000), cuja proposta baseia-se na argumentação de que “o lazer tem sido abordado primariamente como parte da cultura contemporânea do consumo”, ou seja, para o capitalismo a questão do lazer é visto como uma forma de comércio percebida de forma bastante eficaz pelo setor hoteleiro, investindo assim, maciçamente em programas de recreação para atrair mais hóspedes.

Para discutir a inserção do lazer nos espaços dos hotéis é importante ter em mente uma concepção sobre estudo do lazer. Os autores Costa; Tahara e Carnicelli (2011) descrevem que:

A recreação hoteleira, como uma das diferentes áreas específicas do Lazer, aparece na era contemporânea como uma alternativa dos hotéis em promover algumas experiências divertidas e participativas para um público-alvo cada vez mais interessado em vivenciar seu tempo livre de maneira prazerosa e significativa (COSTA; TAHARA e CARNICELLI FILHO, 2011, p. 35).

Na visão dos autores (2011, p. 41), a inserção da recreação hoteleira corrobora a afirmativa feita de que na “cultura contemporânea no lazer, tem sido um mecanismo de consumo que satisfaz os anseios do sistema capitalista”.

Assim, pode-se entender que o mercado hoteleiro está investindo inovação na demanda de ferramentas de lazer, pois como visto no decorrer da dissertação os turistas procuram ansiar seus conflitos de tensão corporal, pois, é o lazer que proporciona o relaxamento do corpo.

3. O LAZER NO ESPAÇO HOTELEIRO

Estudo sobre a cultura de lazer nos hotéis é oriunda dos anos de 1960 nos Estados Unidos. Porém, no Brasil, essa opção só foi inserida nos hotéis em meados dos anos 1990 (COSTA; TAHARA e CARNICELLI FILHO, 2011). No entanto, tanto nacional como internacional, há a percepção de que o lazer tem um papel importante para o desenvolvimento humano.

Na indústria do lazer, tendo em vista a nova geração contemporânea, onde tornou-se um comércio crescente promovendo consigo, por um lado o crescimento da indústria da comunicação de massa e por outro, o crescimento do turismo. Tal comércio exige um caráter de excelência e profissionais capacitados principalmente as redes hoteleiras que tem que contam com monitores do lazer, encarregados exclusivamente do desenvolvimento e monitoramento das atividades recreativas.

Para Klein (2009):

O setor de lazer e recreação deve oferecer aos hóspedes momentos de diversão e descontração, agindo também como facilitador da interação entre os mesmos. Desta forma o planejamento das ações, a estrutura física do setor e o atendimento atencioso aos hóspedes, ajudaram a melhorar a qualidade do serviço no hotel (KLEIN, 2009, p.47).

Destarte, a questão do lazer passou a ser uma questão de visão empresarial, um diferencial que certamente representa uma vantagem em relação a serviços turísticos e um gerador de renda bruta para a localidade receptora da demanda de hóspedes, nada menos, a junção entre o lazer e hotelaria para gerar o conforto que o individuo busca, após, uma jornada exercida em, um intervalo de tempo.

A discussão sobre o lazer é tão ampla que devemos considerar ainda outros fatores como a necessidade de um planejamento com visão aos serviços de recreação, uma vez que deve-se levar em consideração a diversidade de perfis dos hóspedes assim como sua estada também tem objetivos e finalidades diversificados.

Em suma, a indústria hoteleira deve aprimorar as ofertas de conforto para seu público alvo, mas também, as constantes mudanças que movimentam o setor. Dessa forma, deve-se exaltar a participação do turismo na contemporaneidade, como uma indústria que movimenta o mundo socioeconômico provocando o deslocamento de pessoas ou grupos de pessoas com

diversas finalidades, cabendo há esses fins, que os hotéis prestarem ótimos serviços no lazer recreativo.

O turismo e o lazer estão intimamente associados. E, observando essa relação, o empresário do ramo da hotelaria consegue impulsionar seus negócios oferecendo condições de crescimento e diversificação dos serviços de recreação e pacotes turísticos que contemplem os mais diversos tipos de hóspedes.

No raciocínio de Ricco (2012), expõe que:

Os deslocamentos inerentes ao movimento do turismo e a inter-relação de pessoas de diversos lugares provocam rápidas e grandes transformações que se caracterizam por uma readaptação dos espaços para abrigar um novo processo produtivo com vistas ao mercado. Analisar esses processos torna-se objeto de grande interesse por parte de pesquisadores de diversas áreas, em virtude do caráter interdisciplinar do turismo como corpo de conhecimentos em construção (RICCO, 2012, p. 29).

Vale enfatizar que a diversidade de seu funcionamento é responsável pela inserção do lazer nesse processo. O lazer tem um papel importante na medida em que, oferece serviço de excelência, o que não lhe permite restringir suas atividades aos aspectos físicos de suas construções, mas, sobretudo, a experiência de divertimento que só pode ser proporcionada pela inserção do lazer nessa metodologia.

As pessoas buscam pelo turismo, deslocando-se de forma voluntária e temporária de seus lugares comuns motivadas pela recreação, descanso, por motivos culturais ou de saúde, sem exercerem nenhuma atividade lucrativa ou remunerada, mas gerando inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Ricco (2012) ressalta que:

O movimento de pessoas entre fronteiras internacionais facilitou o desenvolvimento de uma indústria que serve a um público amplo e atende às necessidades do consumidor pós-moderno. É o turismo de massa, relacionado a uma grande demanda de serviços por um grande público de turistas (RICCO, 2012, p. 34).

A teoria de sistemas modernos possibilita uma nova perspectiva para o turismo, considerando-o, integrado por um conjunto de partes ou subsistemas que se relacionam e possibilitam que o mesmo se realize. De tal modo, a superestrutura, a demanda, a infraestrutura, os atrativos, os equipamentos e instalações e a comunidade receptora são os subsistemas que compõem a teoria dos sistemas (RICCO, 2012).

É inerente informa que os proprietários de hotéis, gestores e colaboradores tenham ciência da importância da boa hospitalidade e das possibilidades de lazer dentro desse espaço sendo um fator de diferencial competitivo.

O hospedar é viver o conforto de não sentir o peso social de uma vida ativa, essa concepção se complementa na visão Przybylski (2008), ao descreve que:

O hóspede ao ingressar no hotel, transforma-se em um “fiscal de qualidade” uma vez que avalia tudo, durante todos os dias em que estiver hospedado e durante 24 horas de cada dia. Avalia o prédio, sua fachada, seus jardins, sua entrada, o piso, as cortinas, a decoração, o tratamento que recebe e os espaços que o levam ao apartamento (PRZYBYLSKI, 2008, p. 23).

Nesse sentido, todos os serviços oferecidos pelo hotel são avaliados pelos hóspedes que contribuirão com suas críticas tanto positivas quanto negativas. O fato é que para manterem-se no padrão agradável aos turistas os hotéis precisam oferecer atrativos que deem prazer aos hóspedes.

4. METODOLOGIA

Com relação à metodologia, foi utilizado um procedimento simples, esta metodologia simplificada consiste em utilizar um conjunto de técnicas de pesquisa correlacionando-as com os fatores de motivação da satisfação do lazer no Thermas Hotel Resort.

A Metodologia utilizada foi à pesquisa de campo de caráter documental e descritiva. O processo se aplicou por meio do deslocamento até a respectiva localidade o Thermas Hotel Resort na cidade de Mossoró/RN onde foi realizada a coleta de dados que foram cedidos pelos hóspedes no local.

Os dados foram obtidos por meio dos registros de questionários com perguntas objetivas e de fácil compreensão sobre o lazer oferecido como produto diferencial dos demais hotéis.

Desse modo com base nos campos de pesquisa pode-se caracterizar esta pesquisa como uma pesquisa exploratória. E também caracterizar esta como uma pesquisa descritiva, pois se vai conhecer e descrever as necessidades e anseios dos hóspedes e descrever a importância do lazer como produto diferencial bem como seus aspectos de gestão.

Na pesquisa de campo utilizou-se a técnica de coleta de dados do tipo entrevista, esta foi realizada seguindo um roteiro de entrevista com questões abertas onde à conversação seguia de forma mais livre para que os fatos pudessem ser mencionados de forma mais esclarecedora.

A pesquisa por ser descritiva limitou-se apenas a relacionar cada uma das ideias das falas das entrevistas, não priorizando quem citou, pois todos os pensamentos apontados foram apresentados nos resultados para verificações e análises. Vale ainda informar que dualidades de pensamentos não foram registradas.

5. HISTÓRICO DO THERMAS HOTEL E RESORT DE MOSSORÓ/RN

Em 12 de janeiro de 1979, foi inaugurado o Hotel Thermas de Mossoró, através de um projeto do governo do estado para melhorar o turismo da região, explorando as águas termais.

Devido à dificuldade em administrar um grande hotel com gerência na atividade pública, a administração do hotel passou a ser do grupo hoteleiro “NOVOTEL”, que ficou por 11 anos, quando finalmente em 1991 o Hotel Thermas foi privatizado.

Um fato curioso marca a história do Thermas, quando as piscinas foram cheias a primeira vez, as bombas foram ligadas à noite, porém pela manhã não havia água nas piscinas e sim petróleo, a partir daí começou a extração de petróleo na cidade de Mossoró e consequentemente a economia na cidade mudou o seu perfil e a Petrobrás se instalou no município.

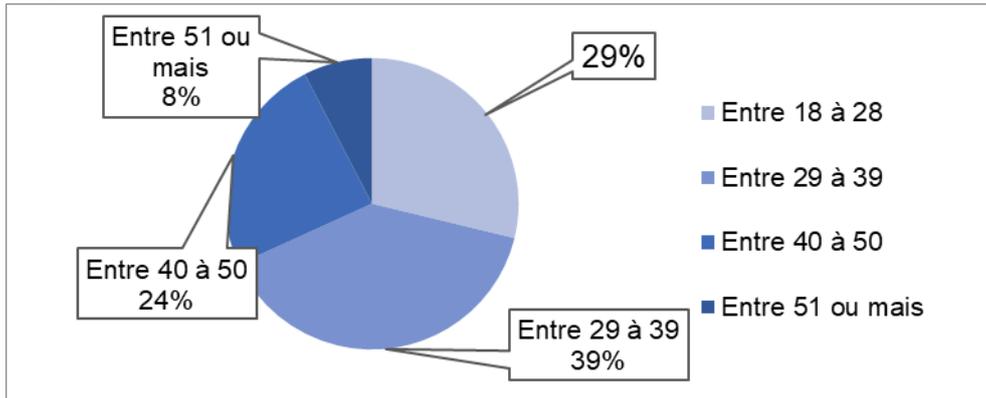
Após este fato a Petrobrás perfurou outro poço para o fornecimento de água e este é o que abastece até hoje as piscinas do hotel com suas águas quentes e minerais.

Hoje o hotel possui o nome de Thermas Hotel e Resort, possui 149 apartamentos, 9 (nove) piscinas termais e 4 (quatro) frias, área de lazer completa com toboáguas, bar das piscinas, lago artificial, academia, campo de futebol, *volley* de areia, quadra de tênis, *kids club*, mini fazenda, pista para caminhada.

6. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Analisa-se a pesquisa realizada no Thermas Hotel e Resort na cidade de Mossoró/RN, cujo objetivo é discutir o turismo de lazer, prática crescente no país e que gera ampla fonte de renda para os hotéis e demais competências. A entrevista foi realizada com 66 pessoas, como se pode constatar no gráfico a seguir.

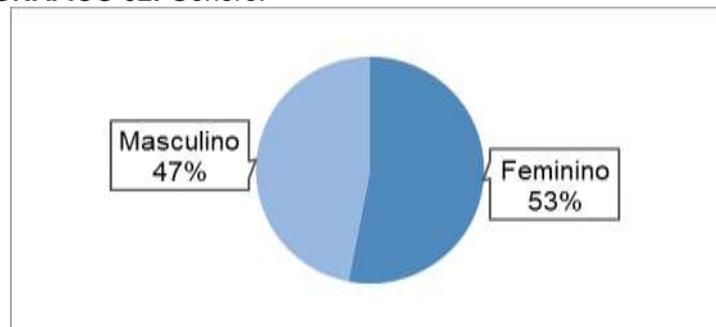
GRÁFICO 01: Faixa Etária.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Percebe-se, nessa primeira variável, que 8% das pessoas que frequentam o Thermas Hotel e Resort possuem idade igual ou superior a 51 anos, 24% das pessoas estão entre 40 a 50 anos, 29% estão entre 18 e 28 anos e, na marca de 39% as pessoas entre 29 a 39 anos. A segunda pergunta refere-se ao gênero, como vemos:

GRÁFICO 02: Gênero.

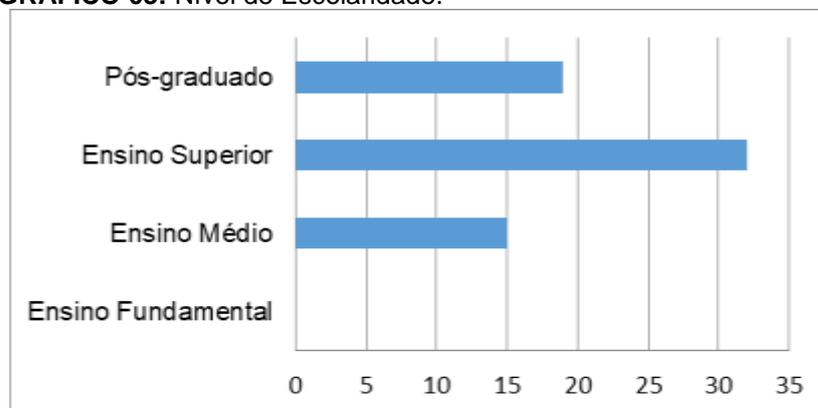


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Pode-se perceber entre os entrevistados que há uma pequena diferença quanto à variação de gênero, pois, observou-se através da pesquisa que 47% são homens e 53% são mulheres.

No gráfico 03 como se pode ver, está relacionado ao grau de estudo dos entrevistados.

GRÁFICO 03: Nível de Escolaridade.

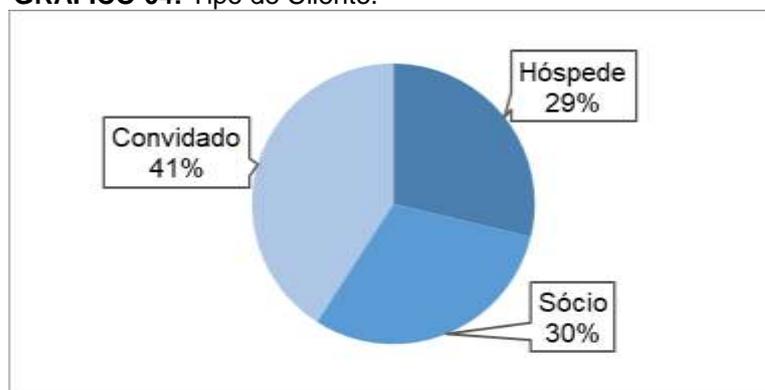


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Logo, pode-se observar que dentre os entrevistados a sua totalidade apresenta um nível de escolaridade médio de ensino, cujo total é de 15 pessoas. Em seguida aparecem os pós-graduados que contabilizam 18 pessoas e por fim aqueles com ensino superior que formam as 33 pessoas, de um grupo de 66 pessoas.

No gráfico 04 foi averiguado e levantado dado dos tipos de cliente que frequenta o hotel.

GRÁFICO 04: Tipo de Cliente.

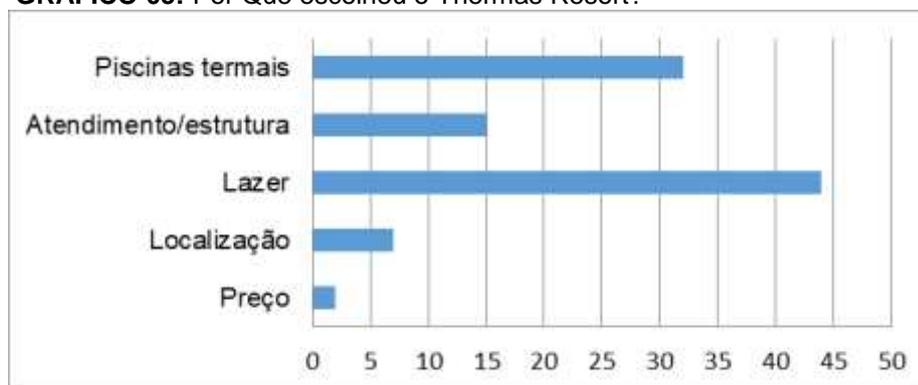


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Dessa forma, a partir do gráfico pode-se observar que 41% dos clientes são convidados, 29% são hóspedes e 30% são sócios. Embora o número de convidados supere o número de hóspedes e sócios de maneira isolada, no conjunto o número de pessoas que tem um vínculo financeiro direto com o hotel é maior.

No quinto questionamento buscou-se compreender o motivo pelo qual os clientes, em seus diferentes tipos, escolheram o Thermas Resort em detrimento de outros hotéis.

GRÁFICO 05: Por Que escolheu o Thermas Resort?

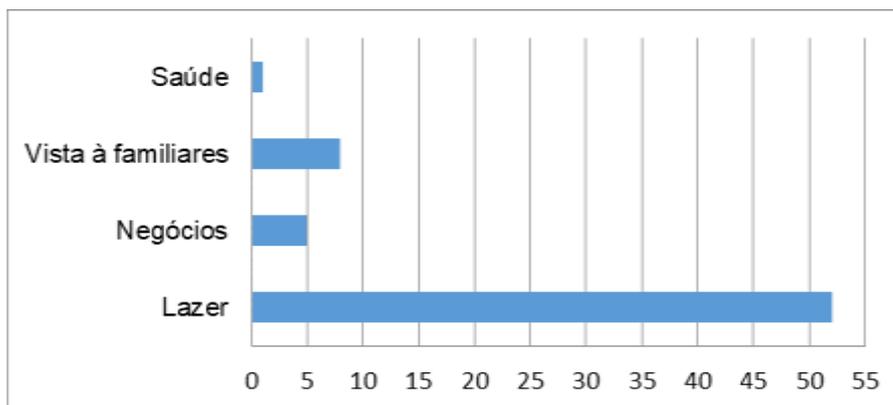


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Analisando o gráfico 05 se pode afirmar que uma minoria dos clientes escolheu o Thermas Hotel e Resort por questões financeiras, pois apenas 2% deles optaram pela opção preço. Um número maior de pessoas optou pelo empreendimento pela sua localização, no total 7% pessoas decidiram por essa opção. Em relação ao atendimento e à estrutura o número de pessoas passa a ser 15%, representando um aumento com base na opção anterior. Para piscinas termais conta-se 32% do total e, por fim, para a opção Lazer, tem-se um total de 44%.

No gráfico 06 foram questionados os motivos da hospedagem no Thermas Hotel e Resort. Nessa pergunta, foram apresentadas aos sujeitos cinco alternativas, as quais: saúde, visita à familiares, negócios, lazer. De tal modo, obteve-se os seguintes resultados:

GRÁFICO 06: Motivo da Hospedagem ou Visita?



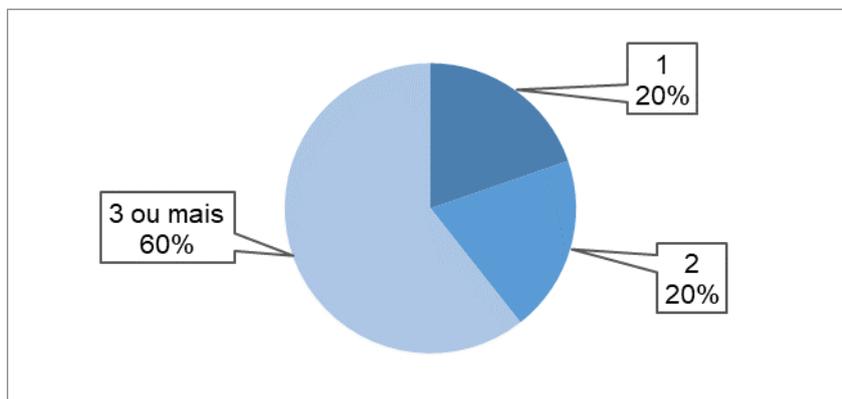
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Assim, verifica-se que 53% dos entrevistados escolheram a opção lazer como o principal motivo da hospedagem ou visita ao hotel. Entende-se, portanto, que a grande parte do público entrevistado considera a hospedagem como forma de buscar diversão, conforto e desfrutar das comodidades oferecidas nesse espaço que, normalmente, não se tem na correria da vida cotidiana.

Relacionando esses dados a faixa etária dos entrevistados, percebe-se que a maior parte do público que busca lazer está entre 18 a 28 anos de 19 entrevistados, 12 responderam lazer como um dos principais motivos e na faixa etária de 29 a 39 anos, 15 dos 26 entrevistados também afirmaram que o lazer foi um dos principais motivos. Assim, o lazer é a causa maior pelo motivo da viagem no hotel.

No gráfico 07 refere-se ao nível de frequência do hospede no Thermas Hotel e Resort.

GRÁFICO 07: Frequência de Hospedagem ou Visita.

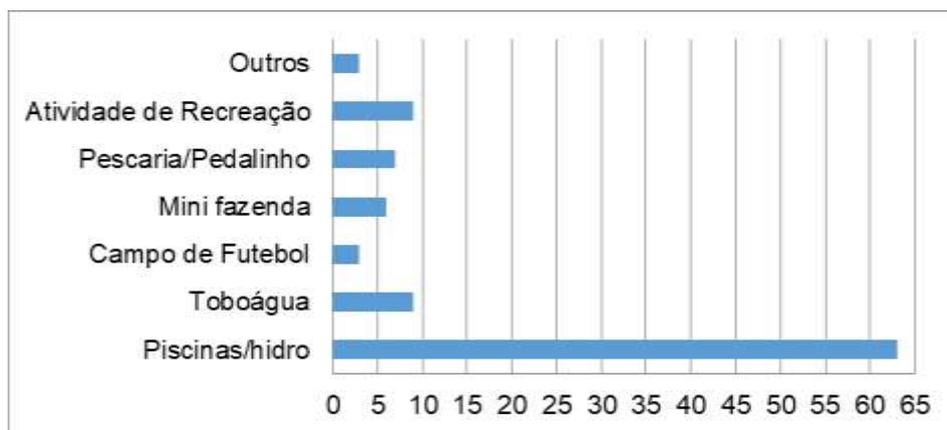


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Verifica-se que 60% dos clientes entrevistados se hospedaram no referido hotel três ou mais vezes. Pode-se fazer uma relação desses dados com as informações da pergunta anterior onde à maioria dos entrevistados buscam lazer. De tal modo, pode-se afirmar que as opções de lazer oferecidas pelo hotel correspondem ao que a maioria do público procura, já que os entrevistados tendem a voltar ao espaço para desfrutar de tal benefício.

Seguidamente no gráfico 08, questiona-se quais serviços de lazer oferecidos pelo hotel que os entrevistados mais gostam. Entre as opções apresentadas, obtêm-se as seguintes respostas:

GRÁFICO 08: Preferência por Equipamento ou Serviço de Lazer.



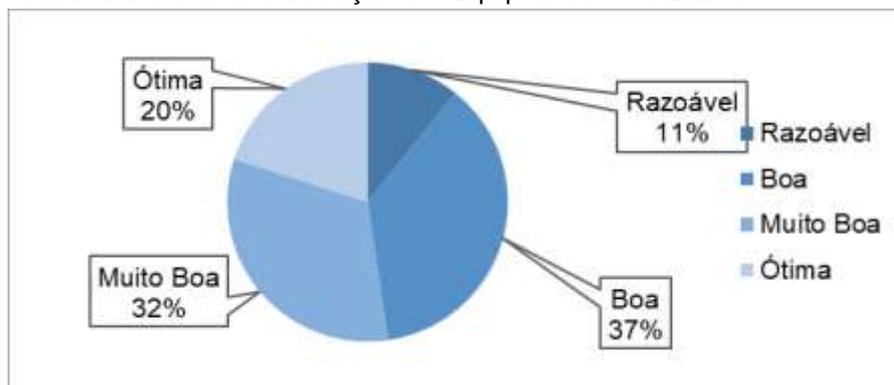
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Diante das opções expostas na pergunta como as atividades de recreação, pescaria/pedalinho, mini fazenda, campo de futebol, toboágua e as piscinas/hidro, apenas três, dos 66 entrevistados, assinalaram a preferência por outro equipamento citando a academia, pista de *cooper* e quadra de squash. A maior parte, 67% dos entrevistados, opta pelas piscinas e hidromassagem.

Essa informação aponta para duas tendências: a primeira diz respeito a questão da atividade física, sugerindo que a grande maioria dos entrevistados não a consideram como uma opção de lazer. A outra tendência é a questão do lazer relacionado ao relaxamento, sendo as piscinas um atrativo para os hotéis já que a grande maioria dos entrevistados opta por tal serviço.

Diante das respostas obtidas na pergunta anterior e com a intenção de atingir os objetivos da pesquisa, pergunta-se aos entrevistados como os mesmos avaliam as condições dos equipamentos de lazer do hotel.

GRÁFICO 09: Qual a Condição dos Equipamentos de Lazer?



Fonte:
Elaborado

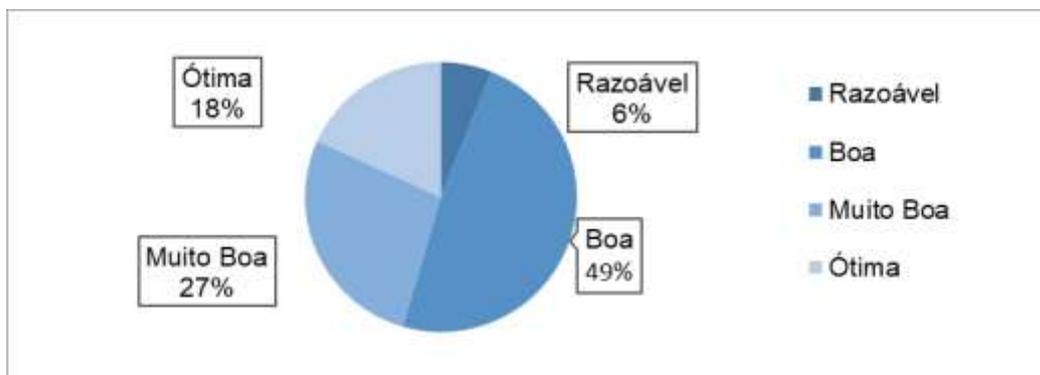
pelo autor (2018).

Observa-se que 37% avaliam a condição dos equipamentos como boa e 32% como muito boa. Ou seja, pode-se afirmar que 69% dos entrevistados consideram que as condições são boas ou muito boas. Porém, ainda há certo nível que avaliam como razoável, e apenas 20% consideram ótimas.

Assim, essas informações sugerem reavaliar as condições de seus equipamentos para corrigir onde o hotel está deixando a desejar, tendo em vista que essa é uma avaliação técnica, ou seja, depende apenas do conserto ou modernização dos equipamentos.

Por fim, no gráfico 09 diz respeito como os entrevistados avaliam os serviços de lazer e entretenimento do hotel. No levantamento da pesquisa em campo foi-se possível criar tais análises, como se pode ver no gráfico abaixo.

GRÁFICO 09: Avaliação dos Serviços de Lazer ou Entretenimento.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Das respostas obtidas 49% avaliam como bons os serviços de lazer e entretenimento. Se unir esse dado com a porcentagem de pessoas que avaliaram como razoável teremos um número de 55% dos entrevistados que avaliam como razoável ou bom.

Concomitante a avaliação dos entrevistados sobre os serviços de lazer do Thermas Hotel e Resort, buscou-se compreender as sugestões dos clientes para a melhoria desses serviços.

É importante destacar que a essa pergunta, apenas 20 dos 66 entrevistados responderam. Entre as sugestões, 5 (cinco) pessoas consideraram que deve-se melhorar o sinal de *Wi-fi*, 5 (cinco) evidenciaram que deveria melhorar a manutenção dos equipamentos, 2 (dois) afirmaram que devem ser realizadas melhorias urgentes na pista de *cooper* e no parque, 1 (um) dos entrevistados sugeriu incluir atividades recreativas para idosos, 1 (um) destacar melhorias nas atividades recreativas para crianças, 4 (quatro) pessoas relataram ser importante dispor pacotes e promoções com preços mais acessíveis, 1 (uma) pessoa refere-se ao fardamento dos funcionários e 1 (uma) sugere incluir shows musicais. Das respostas, a maioria foca na utilização do sinal de internet e na manutenção dos equipamentos, sugestões que devem ser consideradas pela gestão do hotel.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O referido trabalho dissertativo teve como objetivo verificar a importância do lazer nos espaços dos hotéis, realizando um estudo de campo no Hotel Thermas Resort, localizado na cidade de Mossoró-RN. Assim, foram aplicados questionários de caráter semiestruturado, com questões relacionadas ao lazer do hotel, sendo possível concluir que o lazer é a opção priorizada pelos clientes do hotel que responderam a entrevista. A maioria dos entrevistados buscou a hospedagem com o objetivo de desfrutar das condições de lazer que o resort oferece.

Identificou-se ainda que haja satisfação dos hóspedes em relação ao que o hotel Thermas oferece, e tendo em vista o retorno dos clientes, pode-se afirmar que o hotel atende às necessidades dos mesmos, pois, verificou-se que 60% dos entrevistados já se hospedaram 3 (três) vezes ou mais. É importante, no entanto, considerar que na cidade há poucas opções de hotéis, porém, como a maioria dos entrevistados buscou a hospedaria por opção, destacar as atividades de lazer posto que dos 40 entrevistados que afirmaram terem se hospedado 3 (três) vezes ou mais, 22 deles afirmaram que vieram pelo lazer que o hotel oferece.

Porém, nas questões referentes a avaliação dos serviços, 55% consideraram os mesmos como razoável ou bom. E apenas 18% consideram ótimo. De tal modo, é importante que o hotel faça uma avaliação de mercado sobre modernização e opções de novos equipamentos e novas alternativas de lazer que podem ser oferecidas aos clientes. Entende-se que mudar a cultura organizacional de uma empresa que tem como foco o lazer e conforto dos

clientes é um passo importante para conseguir manter-se no mercado hoteleiro com certo nível de competitividade.

REFERÊNCIAS

COSTA, Cícera Soares; TAHARA, Alexander Klein; CARNICELLI FILHO, Sandro (2011). **“Recreação em Hotéis: a concepção de hóspedes e monitores recreacionistas”**. Licere, Belo Horizonte. V. 14, n. 3, set/2011.

KLEIN, Leonardo Gabriel Mollmann(2009). **“Lazer e Recreação na Hotelaria: descrição das atividades de estágio curricular supervisionado desenvolvidas no anila thermas hotel em francisco beltrão-pr”**. Anais da SIEPE – Semana de Integração Ensino, Pesquisa e Extensão 26 a 30 de outubro de 2009.

MOESCH, Marutschka Martini (2002). **“A Produção do Saber Turístico”**. 2ed. São Paulo: Contexto.

PRZYBYLSKI, Inês Machado (2008). **“Hospitalidade Sob o Olhar do Hóspede nos Espaços do Hotel”**. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo, 2008. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/jspui/bitstream/11338/447/1/Dissertacao%20Ines%20Machado%20Przybylski.pdf>> Acesso: 04 de maio de 2018.

RICCO, Adriana Sartório (2012). **“O Turismo como Fenômeno Social e Antropológico”**. IN, Turismo, Espaço e Estratégias de Desenvolvimento Local / Anderson Pereira Portuguez, Giovanni de Farias Seabra, Odaléia Telles M. M. Queiroz (Organizadores). João Pessoa: Editora Universitária da UFPB.

SOUSA, Tatiana Roberta de (2010). **“Lazer e Turismo: reflexões sobre suas interfaces”**. Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul - SEMITUR, 2010. Disponível em: <<http://www.ucs.br/ucs/tpIVSemin>> Acesso: 03 de maio de 2018.

TASCHNER, Gisele B (2000). **“Lazer, Cultura e Consumo”**. RAE – Revista de Administração de Empresas – Out/Dez 2000.