

**DEPARTAMENTO DA ÁREA DE SERVIÇOS
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO**

VIVALDO JUNIOR PEREIRA DA SILVA

**A HOSPITALIDADE NO CONTEXTO TURÍSTICO: ESTUDO DOS
EMPREENDIMENTOS GASTRONÔMICOS DO PARQUE DAS
ÁGUAS, CUIABÁ-MT**

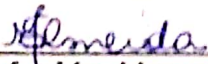
**CUIABÁ-MT
2019**

FOLHA DE APROVAÇÃO

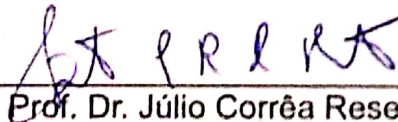
A HOSPITALIDADE NO CONTEXTO TURÍSTICO: ESTUDO DOS EMPREENDIMENTOS GASTRONÔMICOS DO PARQUE DAS ÁGUAS - CUIABÁ/MT

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá - como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

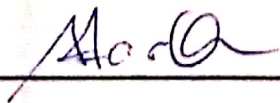
BANCA EXAMINADORA



Profa. Ma. Marcela de Almeida Silva
(Orientadora – IFMT)



Prof. Dr. Júlio Corrêa Resende Dias Duarte
(Examinador Interno – IFMT)



Profa. Ma. Ângela Maria Carrión Carracedo Ozelame
(Examinadora Interna - IFMT)

Data: 10/06/2019

Resultado:

Aprovado

A HOSPITALIDADE NO CONTEXTO TURÍSTICO: ESTUDO DOS EMPREENDIMENTOS GASTRONÔMICOS DO PARQUE DAS ÁGUAS, CUIABÁ-MT

DA SILVA, Vivaldo Junior Pereira¹

Orientadora: Prof^a. Ma. SILVA, Marcela de Almeida²

Resumo

Esta pesquisa teve por objetivo investigar, no contexto turístico, características inerentes à oferta de hospitalidade por meio dos serviços prestados. A metodologia adotada para a obtenção dos dados foi: pesquisa bibliográfica, exploratório, qualitativa e quantitativa, levantamento de informações por meio de questionário estruturado e aplicado via internet, com destino aos usuários do Parque das Águas, assim, trouxe para a discussão as opiniões dos usuários. Em geral, com a presente pesquisa foi possível entender que a hospitalidade dos empreendimentos gastronômicos do Parque das Águas atende as necessidades e expectativas da população que o frequenta, deste modo, gerou informações que possam subsidiar a melhoria da qualidade dos serviços prestados aos usuários do Parque.

Palavras-chave: Hospitalidade, Parque turístico, Gastronomia.

Abstract

The objective of this research was to investigate, in the touristic context, characteristics inherent to the offer of hospitality through the services rendered. The methodology adopted for obtaining the data was: bibliographic, exploratory, qualitative and quantitative nature, survey of information through a questionnaire structured and applied via the internet, destined to the users of Parque das Águas, thus brought to the discussion the opinions of users. In general, with this research it was possible to understand that the hospitality of the gastronomic ventures of Parque das Águas meets the needs and expectations of the population that frequents it, thus generating information that can subsidize the improvement the quality of services to park users.

Keywords: Hospitality, Tourist Park, Gastronomy.

1. INTRODUÇÃO

A hospitalidade, no contexto das cidades que são consideradas turísticas, não está restrita apenas aos critérios de receber, hospedar e alimentar quem vem de outras localidades. Monteiro (2006) nesse sentido afirmou que está relacionada a uma série de questões sociais, econômicas, culturais, políticas e de investimento em

¹ Graduando do Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá. vivaldojuniorpereira.silva@gmail.com.br

² Professora Orientadora. Mestra em Ambientes e Sistemas de Produção Agrícola e Docente do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá do Curso de Bacharelado em Turismo. marcela.silva@cba.ifmt.edu.br

infraestrutura que beneficiam aos moradores de determinada localidade ou região, refletindo esses benefícios aos turistas também.

Todos esses critérios são traduzidos na forma de hospitalidade, que é entendida por Monteiro (2006) como hospitalidade pública, na qual a população, por meio de investimento público, desfruta de uma série de recursos naturais e culturais, destinado ao lazer do turista; e que fomenta também aspectos que melhoram a sua sobrevivência, conferindo deste modo uma forma de levar uma vida digna na localidade que reside.

Deste modo, a hospitalidade apresenta-se como um assunto que deixa de ser abordado no contexto geral, de modo mais simplista; abordando sua importância também para a população de modo geral e não somente quando relacionada aos serviços das áreas de hotelaria e lazer.

Paula (2002) e Monteiro (2006) afirmam ainda que, assim é possível identificar que a hospitalidade pública deva estar presente por meio de diferentes sistemas, tais como os de hospedagem, transportes, comunicações, restaurantes, infraestrutura e equipamentos e áreas de lazer (parques, clube, etc.), de modo que atenda não somente o turista, mas também a população residente.

Rodrigues (2012) e Ferro e Rejowski (2016) afirmam que a alimentação está diretamente ligada com a hospitalidade. O ato de se alimentar pode proporcionar prazer e emoções ao ser humano, mas para o mesmo estar inserido na hospitalidade, é preciso envolver compartilhamento, sociabilidade, convivialidade, dádiva e, em alguns casos, poder de status.

Rego, Silva e Edson (2003) destacaram que por meio da gastronomia é possível identificar também a realidade cultural do local, seus hábitos, sua história e costumes. Através dela há a integração do patrimônio cultural, permitindo estabelecer a cultura gastronômica que é praticada tanto nos lares, como nos estabelecimentos de hospitalidade.

Lashley (2004) afirmou que o estudo dos alimentos deve ser elemento chave para as pesquisas relacionadas a hospitalidade, pois o alimento é um dos aspectos que define a identidade de grupos, comunidades e sociedades, além de contribuir com a definição de relacionamento entre pessoas.

Paula (2002) afirmou que a ideia de compartilhar o alimento está relacionada ao princípio básico da hospitalidade, isto é, proporcionar prazer em atender as

vontades de terceiros, que para teorias psicológicas, é uma recompensa, acima de tudo, emocional.

Lashley e Morrison (2004, p. 3) conceituam que a hospitalidade relacionada ao alimento pode ocorrer em três diferentes ambientes: o doméstico, o comercial e o público. Quando se trata de espaços públicos, a alimentação como forma de hospitalidade, pode estar presente em diversos ambientes, tais como: casa de amigos e parentes; bares, restaurantes, similares e outros. Dessa maneira, pesquisadores vem realizando pesquisas voltadas a hospitalidade promovida em parques públicos, hotéis, restaurantes, etc.

Camargo (2004) e Almeida (2016) abordaram que a hospitalidade dos parques temáticos, basicamente consiste em classificar a hospitalidade dos parques em quatro atos: receber, hospedar, alimentar e entreter.

Sarti, Mauro e Moita (2008) analisaram a hospitalidade do Parque Municipal Lago Azul da cidade de Rio Claro em São Paulo e afirmaram que os espaços de lazer presentes no parque de estudo, fazem parte de equipamentos de lazer que promovem a hospitalidade em parques. Outro autor que constatou sobre a promoção de hospitalidade em parques foi Sagi (2008) que realizou um estudo da gestão pública do Parque da Água Branca na cidade de São Paulo e constatou que para haver de fato hospitalidade há a necessidade de uma gestão participativa e integrada no que tange as formas: administrativa institucional, sociopolítica e econômico-financeira.

Na necessidade de transmitir informações sobre a qualidade dos serviços turísticos, veio a ideia de pesquisar algo mais que um objeto de lucro; o acolhimento, a hospitalidade e o acesso a serviços de boa qualidade desde lanchonetes, bares e restaurantes, acesso a cadeirantes com rampas adequadas, segurança local e placas de sinalização, facilitando o acesso a informações. Além disso, novas ideias vão surgindo de acordo com a necessidade de aprimorar o atrativo turístico transformando o comum em um diferencial e tendência.

A presente pesquisa, dessa maneira, tem como intuito destacar a importância da hospitalidade ofertada nos empreendimentos gastronômicos do Parque das Águas na cidade de Cuiabá – MT, visando investigar, no contexto turístico, características inerentes à oferta de hospitalidade, por meio dos serviços prestados, trazendo para a discussão no contexto as opiniões dos usuários, com vista a gerar

informações que possam subsidiar a melhoria da qualidade dos serviços prestados aos usuários do Parque.

2. METODOLOGIA

Os caminhos metodológicos adotados são com base em dados quantitativa e qualitativa. Para a obtenção dos dados, foi realizada pesquisa bibliográfica exploratória, levantamento de informações por meio de questionário estruturado e aplicado via internet, destinado aos usuários do Parque das Águas.

Dencker (2000) afirmou que a pesquisa bibliográfica de cunho exploratória, pesquisador procura aprimorar ideias ou descobrir intuições durante a pesquisa. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análises de exemplos similares, por meio de exploração de bibliografia e ou estudo de caso.

Marconi e Lakatos (1999) afirmam que o questionário é um instrumento desenvolvido cientificamente, sendo este composto de perguntas ordenadas de acordo com um critério predeterminado, as repostas, todavia, devem ser realizadas sem a presença do entrevistador.

De acordo com Neto (2004) a utilização da internet para a aplicação de questionário tem como vantagens principais: a conveniência, pois o respondente pode acessar o questionário de qualquer lugar; tem baixo custo; quanto a escala: é possível alcançar grandes amostras; sobre a velocidade na obtenção das respostas, se apresenta como instrumento prático; sobre a estética e atratividade: é possível inserir imagens, sons e hipertexto para a elaboração e aplicação do questionário.

O questionário (Apêndice I) foi elaborado de modo estruturado com perguntas fechadas e visou averiguar a satisfação dos clientes que frequentam os empreendimentos gastronômicos do Parque das Águas. Para isto, foram realizadas perguntas e o mesmo foi compartilhado via online, pela plataforma do *Google Forms*, de modo que alcançasse o maior número de usuários, em um curto espaço de tempo.

O referido questionário foi composto por 13 perguntas, sendo que as questões de número 1 a 3 caracterizou os entrevistados; e as de 4 a 11 levantaram

elementos que relacionaram com a hospitalidade dos empreendimentos; e as questões 12 e 13 visavam saber o grau de satisfação dos usuários.

Este trabalho delimitou-se em apresentar apenas os resultados que estivessem relacionados com o nível de satisfação dos clientes, cujo frequentam os empreendimentos gastronômicos dentro do Parque das Águas.

O questionário ficou disponível do dia 03 de abril de 2019 até o dia 24 de abril de 2019, totalizando 21 dias de coleta, a pesquisa foi encerrada e totalizada com 88 respostas, incluindo as não-respostas. Para a análise dos resultados, as não-respostas foram desconsideradas. As não-respostas foram aquelas que não possuíam todas as alternativas respondidas, totalizando apenas 03 não-respostas, com relação a este estudo. Dessa maneira, para a geração dos gráficos considerou apenas 85 das respostas como válidas.

Os dados foram analisados, por meio da própria ferramenta de aplicação do questionário (*Google Forms*), que possibilitou a geração de gráficos, que compõem o resultado deste estudo. As não-respostas, também não foram consideradas para as análises.

3. A IMPORTÂNCIA DA HOSPITALIDADE NO PARQUE DAS ÁGUAS EM CUIABÁ – MT: CAMINHOS TEÓRICOS

3.1. Turismo e Hospitalidade

O conceito de turismo utilizado antigamente associava sua prática como um privilégio de poucas pessoas, nos dias de hoje, todavia, a sua prática passou a ser vista como uma necessidade de todos, seja para como estudantes quanto como profissionais (DALPIAZ, et al., 2011). Essa necessidade, segundo Dalpiaz et al. (2011), é a consequência da dinamicidade do cotidiano atual e do *stress*, fazendo com que o turismo seja visto como uma perspectiva de descanso e lazer e a hospitalidade como bem receber.

Para melhores esclarecimentos sobre a conceituação do Turismo, a Organização Mundial do Turismo (OMT) possui o conceito mais aceito e utilizado da atualidade, tal como:

O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadias em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (OMT, 1998, p. 9).

Plentz (2005) afirmou que os motivos pelos quais levam a prática do turismo são diversos, gerando assim, uma consequente movimentação de turistas a qual contribui consideravelmente com a economia. Todavia, está também possui importância para o encontro com o outro, juntamente com a oportunidade adquirir novas experiências de vida, de um intercâmbio cultural e social entre os indivíduos

Nesse processo das oportunidades, Camargo (2004), aponta o conceito da hospitalidade, que por sua vez, apresenta ligação com o fenômeno turístico, contribuindo também com o desenvolvimento e diferencial turístico de qualquer região. Desse modo, é visível a importância do conceito de hospitalidade para o turismo, pois através dele, órgãos e instituições podem obter uma melhor compreensão e aplicação do conceito voltados ao investimento em infraestrutura e capacitação de profissionais.

Conceito da hospitalidade no início das civilizações estava restrito em apenas proporcionar abrigo e alimentação a quem estivesse distante do seu lar (DALPIAZ et al., 2011). Trazendo este conceito para a atualidade, este termo deve estar presente tanto nos bens tangíveis, tais como hotéis, pousadas, camping e até meios de transporte além de englobar os chamados bens intangíveis, tais como os serviços prestados cujos proporcionam o bem-estar físico e psíquico do viajante.

Sendo assim, Camargo (2004) apontou que a hospitalidade abarca aspectos de duas escolas originárias, sendo a francesa que trata a hospitalidade como uma virtude genuína e espontânea com vista a natureza do ser humano e a anglo-saxã que enfatiza a priorização das relações comerciais.

Para compreender a aplicação da hospitalidade, Boutaud (2004) afirmou que o ato de compartilhar sua mesa ou refeição, para qualquer cultura e época, é a maneira mais reconhecida de hospitalidade. Para o autor, comer junto possui um ritual simbólico muito maior que o simples fato de saciar a necessidade alimentar, sendo assim, traduz em um elemento positivo do ponto de vista que o turismo pode se desenvolver.

3.2. Turismo Gastronômico

Canesqui (2005) afirmou que os humanos decidem o que vão comer influenciados por uma série de fatores, tais como suas tradições, tecnologias, procedimentos e ingredientes de acordo com seu sistema econômico, ecológico e

cultural. Segundo Dalpiaz et al. (2011) desde quando o homem desenvolveu a capacidade de matar grandes presas, houve a necessidade de dividir o alimento, pois como não haviam estratégias de conservação de alimento, a caça necessitava ser comida rapidamente.

Posteriormente, a partir do surgimento do turismo quando começam a surgir os meios de alimentação, o intuito principal era oferecer alimento ao viajante, mas com o próprio desenvolvimento das viagens, houve uma melhoria por parte da qualidade dos alimentos ofertados, assim como na qualidade do serviço ofertado.

Pode-se considerar a área da gastronomia um dos setores que mais contribui com o turismo, além de ser um fator importante para a hospitalidade por permitir atender e satisfazer o turista. Nos dias de hoje, esta área também pode ser uma fonte de entretenimento para as regiões que não possuem outros recursos turísticos (DALPIAZ et al., 2011).

Para Pitte (1993) compreende-se o turismo gastronômico como aquele que a gastronomia possui maior influência para o deslocamento de pessoas. Um exemplo deste deslocamento é a França, destino de apreciadores de uma boa comida e não hesitarem em atravessar o país em busca de saborear a cozinha de algum chefe de cozinha renomado.

De acordo com Peccini (2013) a sociedade se divide através do turismo gastronômico, pois a comida para um grupo social, nem sempre será para outro. Nesse sentido, o turismo gastronômico tem o poder de atrair um perfil de turista diferenciado, cujo está sempre em busca de novidades, de experimentar novos sabores, aromas, texturas e de ser o único a degustar um prato produzido com exclusividade.

Puiati (2012) destaca outro fator que esta modalidade de turismo contribui, é o aumento da empregabilidade, pois no Brasil, hoje, existem diversos festivais de cunho gastronômicos e com cada ocorrência destes, o número de empregos gerados direta e indiretamente é significativo.

Ciente da importância do estudo do turismo gastronômico, Montecinos (2012) desenvolveu um planejamento gastronômico turístico, cujo tem como objetivo condicionar um sistema sustentável local de produção e distribuição, consumo e comercialização de alimentos. Este planejamento se desenvolve a partir da análise de dez fatores, sendo eles: viabilidade do produto; pratos/bandejas regionais; capacidade de produção; cadeias curtas de distribuição; cooperativas e comércio

justo; aspectos legais; envolvimento do setor; (as/os) cozinheiras (os) e restauradores gastronômicos); compostagem; comercialização e marketing e vendas excedentes: em níveis estadual e nacional.

Para Montecinos (2012) a gastronomia faz parte do patrimônio da humanidade e partindo deste pressuposto, é importante preservá-la, protegê-la e dinamizá-la de maneira ética e respeitosa. Todavia, o desafio para que isto ocorra é o de que o turismo gastronômico seja considerado como um produto turístico prioritário e com isso, seja apoiado por políticas públicas internacionais e nacionais a fim de contribuir com o desenvolvimento social regional sustentável.

3.3. Turismo Gastronômico e Hospitalidade no Parque das Águas em Cuiabá - MT

Em um recorte regional o estado de Mato Grosso foi colonizado na metade do século XVIII, com o avanço das bandeiras da Capitania de São Paulo dentro do território brasileiro, visando a agregação, ocupação, conhecimento de área pouco exploradas e expansão de fronteiras territoriais (MORENO E HIGA, 2005).

O Estado foi conquistado por paulistas que estavam em busca de metais preciosos e mão de obra para exploração do trabalho. Nesse processo histórico, surgiu as margens do rio Coxipó, em 8 de abril de 1719 um povoado três anos mais tarde, foram descobertas novas jazidas, as chamadas Lavras do Sutil, nas proximidades do córrego da Prainha e da colina do Rosário, onde foi construída a igreja do Rosário, no centro da localidade, que originou a cidade de Cuiabá, atual capital do estado (MORENO E HIGA, 2005).

Campos (2017) afirmou que essa região foi ocupada ainda no início do século XVIII, e que anos mais tarde o vilarejo foi elevado a categoria de vila em 1727, denominada de Vila Real do Senhor Bom Jesus de Cuiabá, todavia, apenas em 1748 foi criada a Capitania de Mato Grosso desmembrada de São Paulo, em 1748.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a capital mato-grossense possui uma população estimada no ano de 2018, de 607,153 e uma área territorial de 3.266,538 km², com IDHM de 0,785 (PNAD, 2013).

A cidade de Cuiabá além da importância político-administrativas, para a região Centro-Oeste do Brasil, sua economia pauta-se no comercio e serviços, é definida ainda como importante polo industrial. A cidade conta com diversos atrativos turísticos, pontos históricos, museus, teatros, cinemas, igrejas, templos

religiosos, parques e retratada como “cidade verde”, por possuir vasta arborização na região central, sendo este aspecto ressaltado quando retratada como cidade com alto potencial turístico (PORTAL DE MATO GROSSO, 2019).

Na cidade de Cuiabá quanto aos aspectos que conferem o título de cidade verde, entra em cena as praças, como praça da mandioca, das bandeiras, Alencastro, Bispo Dom José e Rachid Jaudy (GURU DA CIDADE, 2018); parques municipais como Parque Mãe Bonifácia, Parque Tia Nair, Parque Massairo Okamura e dentre os demais parques existentes, destaca-se o Parque das Águas, cujo foi originado da Lagoa Paiaguás (VISITE O BRASIL, 2018). O mesmo possui sua localidade na Avenida Hermina Torquato da Silva – Centro Político Administrativo e foi contemplado com um dos maiores projetos de revitalização no atrativo turístico da capital mato-grossense, visando incentivos à cultura e melhorias no setor esportivo da cidade.

Galvão (2018) afirma que o Parque das Águas é um dos cartões-postais da capital mato-grossense e oferece opções de lazer e esporte 24 horas por dia. O local possui diversas atrações, assim como um espaço para a família, como também um espaço destinado para jovens e adultos.

De acordo com Globo (2016) em relação aos atrativos gratuitos do parque, estão o Túnel de Água e o Splash Zone. O túnel de água (Figura 1) possui uma extensão de 14 metros e forma uma cascata de água iluminada a qual permite que o visitante passe por debaixo do mesmo.

Figura 1 - Túnel de Água Parque das águas em Cuiabá – MT



Fonte: Hiper Notícias (2017).

O Splash Zone possui jatos de água coloridos que saem do chão de maneira aleatória e dançam conforme o ritmo de vinte diferentes canções com capacidade de até 70 metros de altura. Esta atração ficou conhecida como “Show das Águas” (Figura 2) e ocorre diariamente sempre no período noturno.

Figura 2 - Show das águas



Fonte: Folha Max (2017)

Segundo Globo (2016) o parque possui espaços destinados ao turismo gastronômico, que propiciam ainda atrações ao vivo. Um desses é conhecido como Lagoa Food Park (figura 3), com o horário de funcionamento das 18h às 23h.

Figura 3 - Empreendimento Gastronômico Lagoa Food Park



Fonte: Gazeta digital (2017)

Além deste, há o Bar das Águas (figura 4), outra alternativa para o público jovem e adulto que esteja em busca de variedades gastronômicas e música ao vivo.

Figura 4 - Empreendimento Gastronômico Bar das Águas



Fonte: Gazeta digital (2017)

Andrade (2014) destaca que a espaços de alimentação agregados às viagens pode proporcionar ao turista o conhecimento da cultura da comunidade receptora, sua história, seus costumes e seus hábitos, podendo ser adotada como o diferencial que o turista procura, sendo isso um componente importante da hospitalidade à medida que atende e satisfaz o turista.

Beni (2003) e Loocwood e Medlik (2003) também destacaram que atualmente, a gastronomia é uma das atividades que mais contribuem para o desenvolvimento do turismo, pois, se apresenta como fonte de entretenimento e, em muitas regiões que não apresentam recursos ou atrativos, tem servido para atrair visitantes.

O projeto Parque das Águas teve como objetivo transformar a Lagoa Paiaguás em um atrativo turístico para a capital do estado de Mato Grosso, para isto teve um orçamento de R\$ 18 milhões. O projeto buscou manter a estrutura e paisagem do parque e em contrapartida, utilizar o espaço com um novo destino e utilidade, estilo e proporcionar alternativas turísticas para a população cuiabana. A transformação do parque permitiu trazer a requalificação de toda a região do seu entorno que contempla o Centro Político Administrativo (DE DEUS, 2017).

4. HOSPITALIDADE NO PARQUE DAS ÁGUAS: PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS

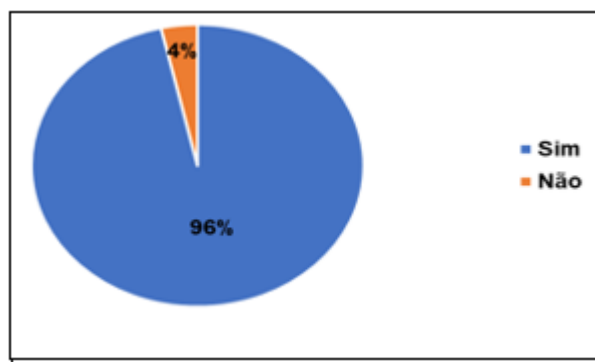
A caracterização dos usuários do Parque das Águas, considerou as variáveis como sexo, faixa de idade, estado civil da amostra analisada. Do público que frequenta o Parque, que respondeu a pesquisa correspondeu a 48 mulheres e 37 homens, totalizando 56% e 44% dos entrevistados, respectivamente.

Quando consideramos a faixa etária do público respondente da pesquisa houve um predomínio das pessoas que estavam na faixa de 21 a 30 anos, equivalendo à 51 pessoas (correspondeu à 60%), 41 a 50 anos, 14 pessoas (corresponde à 16%), 31 a 40 anos, 12 pessoas (corresponde à 14%), e de 51 até 65 anos, 4 pessoas (corresponde à 5%) do total de entrevistados.

Em relação ao estado civil dos entrevistados amostrados, o maior público respondente da pesquisa se autodeclararam solteiro apresentando índice de 51% (correspondendo à 43 pessoas). O público que se declarou casado, correspondeu à 45% (38 pessoas) e apenas 4 pessoas responderam ser divorciados (corresponde à 5%). Deste modo, assim ficou caracterizado o público que respondeu a pesquisa.

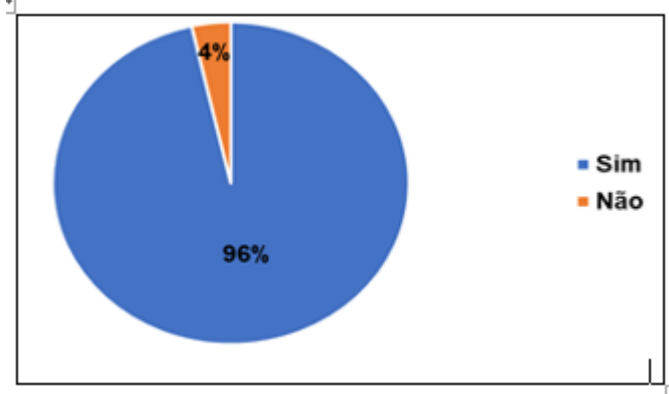
Relativo à hospitalidade no Parque das Águas. Dessa forma, a figura 5 apresenta o resultado, de quando indagava se os respondentes ao frequentarem o Parque das Águas se alimentaram, do total apenas 3 pessoas (corresponde à 4%) responderam que não.

Figura 5 - Já foi a um meio de alimentação do Parque das Águas?



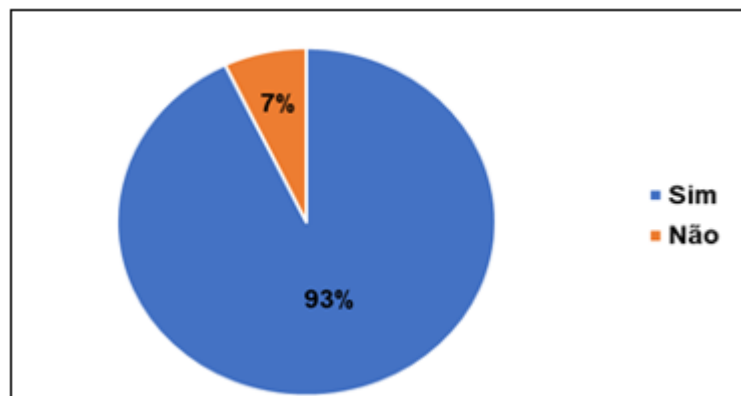
Fonte: Autor (2019)

Sobre essa questão 82 pessoas (corresponde à 96%) dos participantes responderam que voltariam a frequentar o Parque das Águas. Apenas 3 pessoas (Corresponde à 4%) responderam que não frequentaram. Conforme ilustra a figura 6.

Figura 6 - Voltaria a frequentar o Parque das Águas?

Fonte: Autor (2019)

Quando perguntados sobre o espaço físico do parque, 82 pessoas (corresponde à 90%) dos participantes consideraram o como agradável, respondendo sim, e apenas 3 pessoas (corresponde à 7%) os quais não concordaram que o espaço seja agradável, respondendo não. A figura 7 ilustra as respostas.

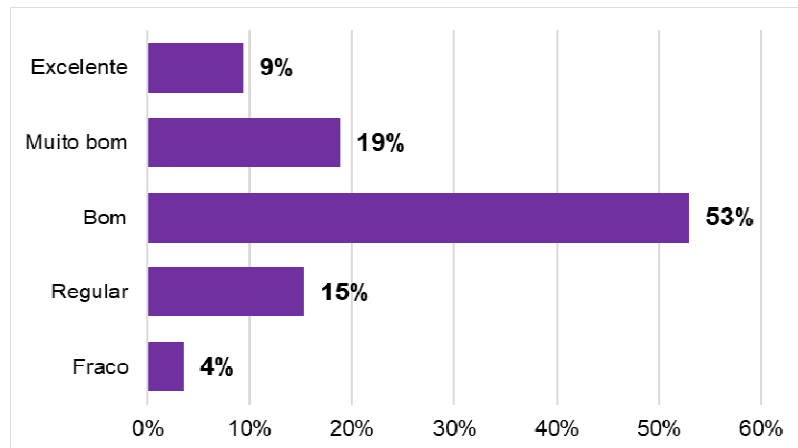
Figura 7 - O espaço físico dos empreendimentos gastronômicos no Parque das Águas é agradável?

Fonte: Autor (2019)

A FIGURA 8 apresenta o gráfico de barras sobre a avaliação dos usuários do parque em relação ao atendimento dos funcionários. A maior da amostra foi de 45 pessoas (corresponde à 53%) considerando o atendimento como bom. A segunda maior amostra foi representada por 16 pessoas (corresponde à 19%) dos entrevistados que consideraram o atendimento como muito bom. Em sequência, 13 pessoas (corresponde à 15%) consideram o atendimento como regular, 8 pessoas

(corresponde à 9%) considera excelente e apenas 3 pessoas (corresponde à 4%) afirmam que o atendimento seja fraco.

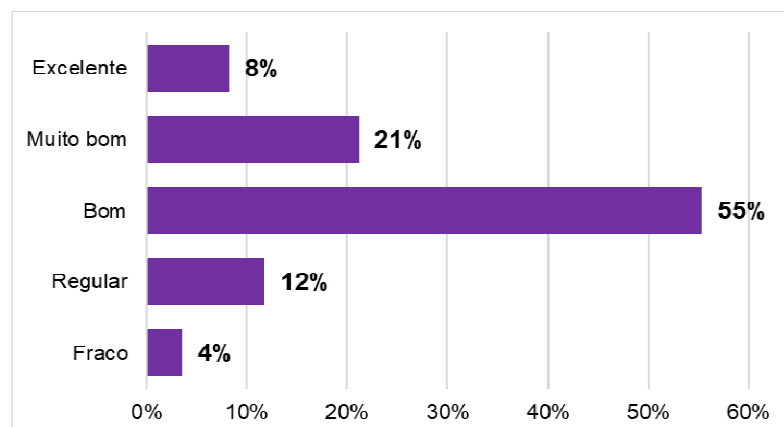
Figura 8 - Como você avalia o atendimento pelos funcionários?



Fonte: Autor (2019)

Quando questionados sobre a limpeza e organização do Parque das Águas, mais da metade dos entrevistados, conforme (Figura 9), afirmam ser bom 47 pessoas (corresponde à 55%), em sequência 18 pessoas (corresponde à 21%) considera muito bom e 7 pessoas (corresponde à 8%) afirma ser excelente. Os participantes que não se apresentam satisfeitos com a limpeza e organização são os que apontaram como regular e fraco somam 13 pessoas (corresponde à 16%) cujo consideram como e apenas 3 pessoas (corresponde à 4%) como fraco.

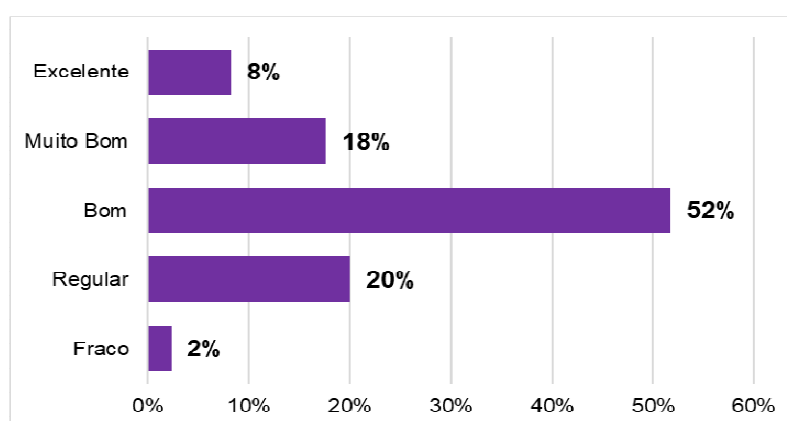
Figura 9 - Como você avalia a limpeza e organização da área dos meios de alimentação?



Fonte: Autor (2019)

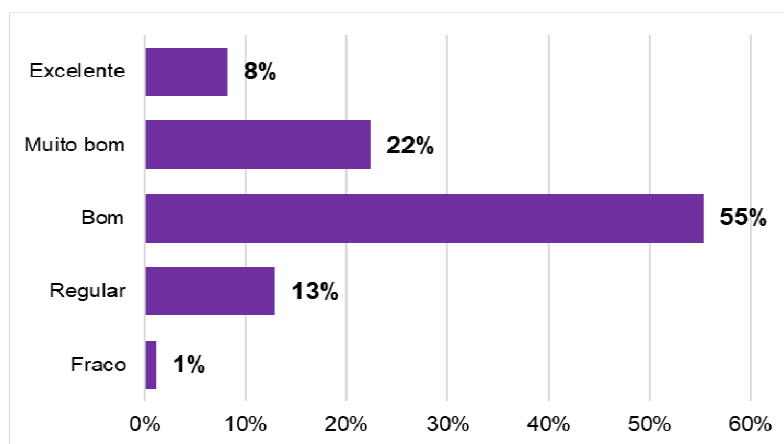
Em relação a variedade dos produtos (FIGURA 10), mais da metade dos entrevistados 44 pessoas (corresponde à 52%) consideram como bom. Os entrevistados que estão satisfeitos com o atributo variedade, são os que responderam excelente e muito bom, estes por sua vez, somam 22 pessoas (corresponde à 26%) da amostra. Os entrevistados que responderam que o atendimento seja regular e fraco somam 19 pessoas (corresponde à 22%).

Figura 10 – Como você avalia a variedade de produtos?



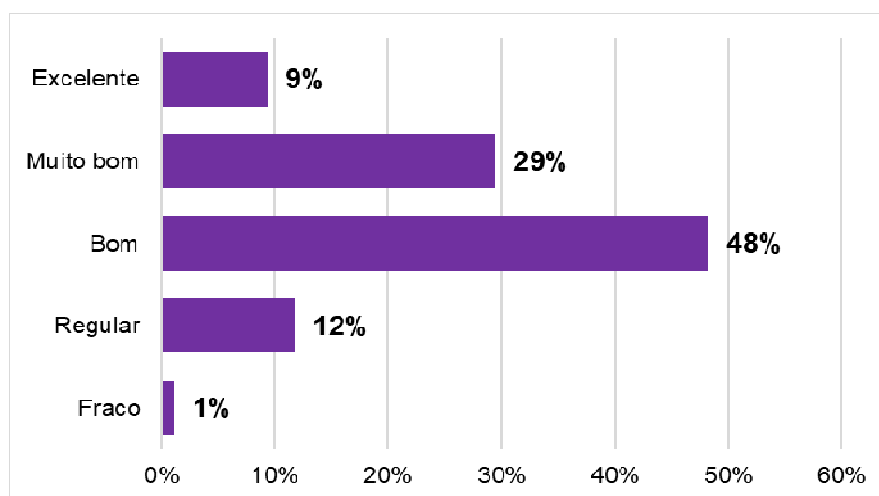
Fonte: Autor (2019)

Os resultados referentes a qualidade dos produtos do parque (FIGURA 11) foram satisfatórios, 47 pessoas (corresponde à 55%) dos entrevistados consideraram a variedade como bom, 19 pessoas (corresponde à 22%) como muito bom e 7 pessoas (corresponde à 8%) como excelente, totalizando 85% das respostas válidas como positivas no atributo qualidade. Apenas 11 pessoas (corresponde à 13%) dos entrevistados consideraram regular e 1 pessoa (1 %) como fraco.

Figura 11 - Como você avalia a qualidade dos alimentos?

Fonte: Autor (2019)

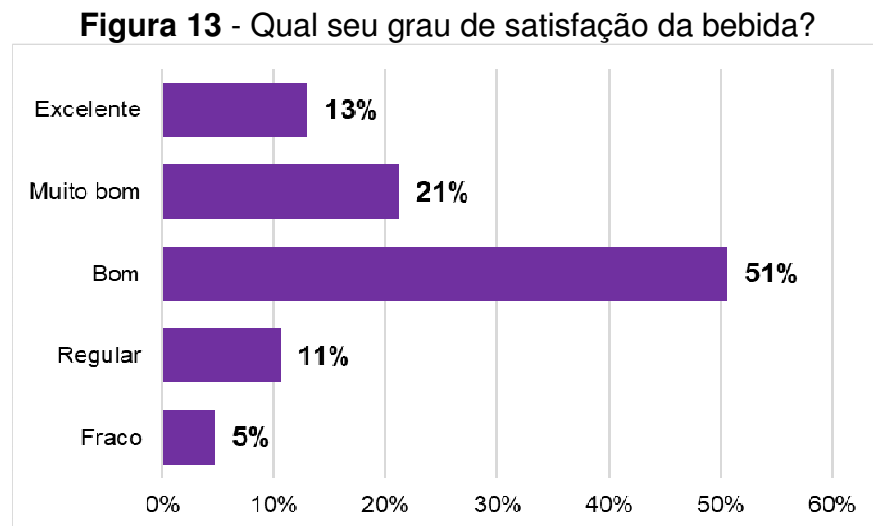
As respostas que se referem ao sabor dos alimentos dos empreendimentos gastronômicos do Parque das Águas também foram satisfatórias, conforme FIGURA 12. Desta maneira, 41 pessoas (corresponde à 48%) dos entrevistados consideram o sabor como bom, 25 pessoas 29% (corresponde à 29%) como muito bom e 8 pessoas (corresponde à 9%) como excelente, totalizando 85% das respostas como favoráveis. Já os candidatos que não estão satisfeitos com o atributo sabor dos alimentos, foram representados por 10 pessoas (corresponde à 12%) os quais responderam ser regular e 1 pessoa (corresponde à 1%) como fraco.

Figura 12 – Como você avalia o sabor dos alimentos?

Fonte: Autor (2019)

Assim, grau de satisfação dos clientes, foi aferido quando perguntados sobre o grau de satisfação com as bebidas ofertadas nos empreendimentos gastronômicos

do Parque das Águas (Figura 13), 43 pessoas (corresponde à 51%) afirmaram ser bom, 18 pessoas (corresponde à 21%) como muito bom e 11 pessoas (corresponde à 13%) como excelente, totalizando 85% das respostas como favoráveis. Apenas 9 pessoas (corresponde à 11%) consideram o atributo bebida como regular e 4 pessoas (corresponde à 5%) como fraco.

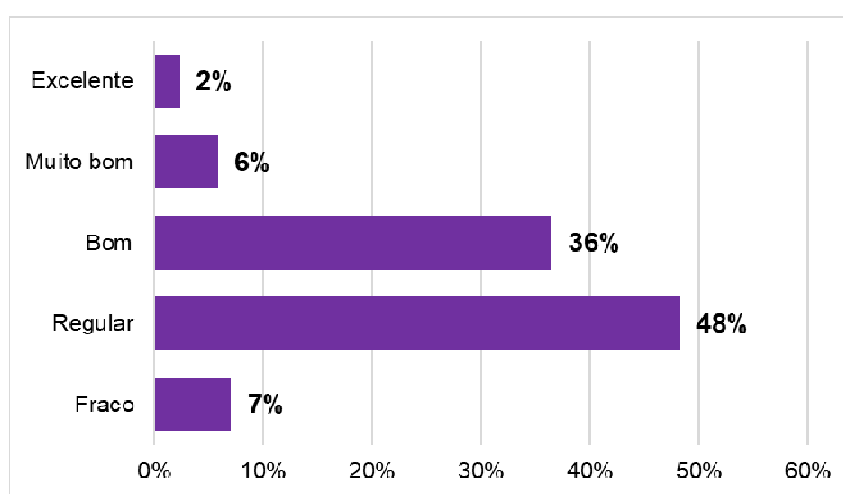


Fonte: Autor (2019)

A última questão presente no formulário (

FIGURA 14), tratava sobre o custo-benefício dos empreendimentos gastronômicos do Parque das Águas. Diferentemente das perguntas anteriores, as respostas dos usuários não foram favoráveis. Quase metade dos entrevistados, 41 pessoas 48% (corresponde à 48%) afirmaram ser regular e 6 pessoas (corresponde à 7%) como fraco, totalizando 55% das respostas como desfavoráveis ao custo-benefício. 31 pessoas (corresponde à 36%) dos entrevistados consideram como bom, 5 pessoas (corresponde à 6%) e como muito bom e 2 pessoas (corresponde à 2%) como excelente.

Figura 14 - Como você avalia o custo-benefício de uma refeição nos empreendimentos gastronômicos do Parque das Águas?



Fonte: Autor (2019)

Partindo da pesquisa realizada com uma amostra dos usuários para aferir a hospitalidade nos empreendimentos gastronômicos do Parque das Águas em Cuiabá, observa-se que as pessoas se sentem à vontade com o que o Parque tem a oferecer.

Albrecht (1994) destacou que em espaços de lazer a alimentação é um componente importantíssimo da hospitalidade, já que atende e busca satisfazer o consumidor em vários aspectos: de servir como fonte de prazer e de entretenimento.

A pesquisa também se atentou em classificar o grau de satisfação dos usuários do parque em relação aos alimentos e bebidas ofertadas. É notado que o grau de satisfação se relaciona com aspectos da hospitalidade destes espaços.

As respostas também apontam que a hospitalidade nos empreendimentos gastronômicos, ponderam sobre os aspectos de atendimento dos funcionários, organização e limpeza, variedade dos produtos, qualidade e sabor dos alimentos, e nesses quesitos as respostas foram, em sua maioria, satisfatórias. Foi possível

analisar que todas estas categorias proporcionem hospitalidade aos visitantes do Parque das Águas, e talvez por este motivo seja um dos parques mais populares da capital mato-grossense.

Fernandes e Correia (2013) pontuaram que a hospitalidade é fundamentalmente o ato de acolher e prestar serviços a alguém que por qualquer motivo esteja fora de seu domicílio, relação essa estabelecida entre o que recebe e o que é recebido. Destacaram que há a necessidade de cuidar do atendimento das expectativas de cada cliente e satisfazê-lo, como se tal cliente fosse único e especial, essa percepção integra a hospitalidade e precisa estar disseminada no ambiente e assimilada por todas as pessoas que prestam atendimento, desde o proprietário até qualquer um dos funcionários.

Por fim, aspectos de hospitalidade, tais como, o atendimento de suas expectativas, alimentos e bebidas, ambiente, serviços prestados, são identificáveis como valores que contribuem para a concepção e construção do olhar do turista ao conferir que um ambiente, oferta ou não com seus serviços também a hospitalidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na pesquisa considera-se que o aspecto agradável é um ponto forte do Parque das Águas, contribuindo assim, com a visita frequente das mais variadas faixas etárias visitantes. Além disso, foi possível perceber que os visitantes do Parque das Águas não se limitam apenas ao público jovem, apesar de serem a maioria na pesquisa.

Um dos pontos que não tiveram tanta aprovação em relação aos aspectos de hospitalidade foi o grau de satisfação com o custo benefício dos empreendimentos gastronômicos do parque. O público, em sua maioria, classificou este aspecto como regular, destacando-se dos demais tópicos abordados na pesquisa, haja vista que o mesmo não tenha sido classificado de maneira satisfatória.

Em geral, pela presente pesquisa foi possível entender que a hospitalidade dos empreendimentos gastronômicos do Parque das Águas atende as necessidades expectativas da população que o frequenta.

6. REFERÊNCIAS

ALBRECHT, K. **Revolução nos serviços**. 4.ed. São Paulo: Pioneira, 1994.

ALMEIDA, L. B. **Hospitalidade em parques temáticos**: uma breve análise do Hopi Hari. 2016. 33 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Hotelaria) Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016.

ANDRADE, D. C. T. A gastronomia como diferencial de hospitalidade e entretenimento: uma análise virtual. **Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica**. v. 8, n. 2, p. 116-135, 2014.

BENI, M. C. **Globalização do turismo**: megatendências do setor e a realidade brasileira. São Paulo: Aleph, 2003.

BOUTAUD, J. J. Comensalidade: Compartilhar a mesa. In: MONTADON, A. **O livro da hospitalidade**: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Senac São Paulo, 2004.

CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. (Org). **Antropologia e Nutrição**: um diálogo possível. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2005.

CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. 2ª. Ed. São Paulo: Editora Aleph, 2004.

CAMPOS, D. S. **Restauração e reabilitação da gráfica Pêpe em Cuiabá/MT** – Uma proposta de centro de referência para a comunidade LGBT. (2017). 65 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Arquitetura e Urbanismo). Universidade de Várzea Grande, Várzea Grande, 2017.

DALPIAZ, R. C. C.; et. al. **A hospitalidade no turismo**: o bem receber. Caxias do Sul, 2011. Disponível em: http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf. Acesso em: 00 mês. 2019.

DE DEUS, J. **Parque de Cuiabá já tem o “show das águas”**. Folha Max, Cuiabá, 20 abr. 2017. Disponível em: <http://www.folhamax.com/cidades/parque-de-cuiaba-ja-tem-o-show-das-aguas/121828>. Acesso em: 26 mar. 2019.

FOLHA MAX. **Parque de Cuiabá já tem “Show das Águas”**. Disponível em: <https://www.folhamax.com/cidades/parque-de-cuiaba-ja-tem-o-show-das-aguas/121828>. Acesso em: 30 de mai. 2019.

GALVÃO, G. **Parque das Águas**: cartão postal de Cuiabá reúne opções de esporte e lazer 24h por dia. Livre, Cuiabá, 9 dez. 2018. Disponível em: <https://www.olivre.com.br/parque-das-aguas-cartao-postal-de-cuiaba-reune-opcoes-de-esporte-e-lazer-24h-por-dia/>. Acesso em: 26 de mar. 2019.

GAZETA DIGITAL. **Juíz proíbe restaurante do Parque das Águas de servir 12 pratos**. Disponível em: <http://www.gazetadigital.com.br/editorias/judiciario/juiz-proibe-restaurante-do-parque-das-aguas-de-servir-12-pratos/528301>. Acesso em: 30 de mai 2019

GAZET DIGITAL. **Ladrões rendem funcionários e levam R\$ 10 mil do Bar das Águas.** Disponível em: <<http://www.gazetadigital.com.br/editorias/policia/ladros-rendem-funcionarios-e-levam-r-10-mil-do-bar-das-aguas/519084>>. Acesso em 30 de mai. 2019.

GLOGO.COM. **Parque das Águas será inaugurado nesta sexta-feira em Cuiabá.** Disponível em: <<http://glo.bo/2hCGyLv>>. Acesso em 26 de mar. 2019.

GURU DA CIDADE. **Cuiabá 300: 5 praças para saber mais e se apaixonar.** Disponível em: <<https://gurudacidade.com.br/2018/10/23/cuiaba-300-5-pracas-para-saber-mais-e-se-apaixonar/>> Acesso em: 26 mar. 2019.

HIPER NOTÍCIAS. **Público reclama de assaltos e furtos “todos os dias” no Parque das Águas.** Disponível em: <<https://www.hipernoticias.com.br/cidades/publico-reclama-de-assaltos-e-furtos-todos-os-dias-no-parque-das-aguas/76936>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Área territorial brasileiro.** Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mt/cuiaba.html?>. Acesso em: 26 mar. 2019.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Diretoria de Pesquisas Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente com data referência 1º de julho de 2017.** Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mt/cuiaba.html?>. Acesso em: 26 mar. 2019.

LASHLEY, C.; MORRINSON, A. **Em busca da Hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado.** 1ª Ed. Barueri, SP. Manole, 2004. 450 p.

LOOCWOOD, A.; MEDLIK S. (Org). **Turismo e hospitalidade no século XXI.** Trad. Eliana Keeling e John Keeling. Barueri: Manole, 2003.

MARCONI, M. J.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1999.

MONTECINOS, A. A importância do planejamento gastronômico para o turismo. In: Abreu, A. S. et al. (Orgs). **Turismo em Pauta.** Rio de Janeiro: CNC, 2012.

MONTEIRO, M. G. **As Relações entre Hospitalidade e Turismo:** Análises e Perspectivas dos Ambientes em que ocorrem. In: IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul, 2006.

MORENO, G.; HIGA, C. S. (Orgs.). **Geografia de Mato Grosso.** Cuiabá: Entrelinhas, 2005.

NETO, R. V. N. **Impacto da Adoção da Internet em Pesquisas Empíricas:** Comparações entre Metodologias de Aplicação de Questionários. In: Anais do Enanpad, 2004.

Paula, N. M. Introdução ao conceito de hospitalidade em serviços de alimentação. In: Dias, Célia M.M. (Org.). **Hospitalidade:** Reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2012.

PECCINI, R. A gastronomia e o Turismo. **Rosa dos Ventos**, v. 5, p. 206-2017, 2013.

PITTE, J.R. **A gastronomia francesa:** história e geografia de uma paixão. Porto Alegre: L&PM, 1993.

PLENTZ, R. S. **O Papel da Hospitalidade na busca de Um Outro Turismo**. In: III Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul, 2005.

PORTAL DE MATO GROSSO. **Economia de Cuiabá**. Disponível em: <http://www.portalmatogrosso.com.br/municipios/cuiaba/dados-gerais/economia-de-cuiaba/773>>. Acesso em: 31 mar. 2019.

PUIATI, E. W. Turismo Gastronômico – o momento de criar nossos roteiros. In: Abreu, A. S. et al. (Orgs.). **Turismo em Pauta**. Rio de Janeiro: CNC, 2012.

REDE CUIABANA. **Bar da Lagoa em Cuiabá Fotos 2019 Onde fica?**. Disponível em: <<https://www.redecuiabana.com.br/dicas/bar-da-lagoa-em-cuiaba-fotos-2019-onde-fica/>>. Acesso em: 30 de mai. 2019.

Rego, R. A., Silva, A.; Edson, A. A atmosfera das cidades e a hospitalidade. In: Dencker, A. F. M & Bueno (Orgs.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

VISITE O BRASIL. **Principais Praças Históricas de Cuiabá**. Disponível em: <https://www.visiteobrasil.com.br/centro-oeste/mato-grosso/cuiaba/cultura/pracas-historicas>. Acesso em: 26 mar. 2019.

SAGI, L. Gestão pública da hospitalidade urbana: estudo de caso do Parque da Água Branca na cidade de São Paulo. **Revista brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 2, n. 3, p. 90-105, 2008.

SARTI, A. C. MAURO, L. M. & MOITA, L. R. **A hospitalidade em espaço público de lazer: o Parque Municipal Lago Azul – Rio Claro, SP**. V Seminário de Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Belo Horizonte, 2008.

APÊNDICE I

Questionário destinado aos usuários do Parque das Águas.

Senhor (a) usuário (a) estamos realizando essa pesquisa, no sentido de levantar aspectos relacionados a hospitalidade nos empreendimentos gastronômicos do Parque das Águas. O questionário dura apenas 2 minutos e suas respostas serão tratadas de forma totalmente anônima.

É permitido responder ao questionário apenas uma vez.

Sua participação é muito importante para nós!

- 1) Qual seu sexo?
☐ Feminino ☐ Masculino
- 2) Qual sua idade?
☐ até 20 anos ☐ de 21 a 30 anos ☐ de 31 a 40 anos ☐ de 41 a 50 anos ☐ de 51 até 65 anos ☐ acima de 65 anos
- 3) Qual seu estado civil?
☐ solteiro ☐ casado ☐ divorciado ☐ viúvo
- 4) Já foi ao Parque das Águas?
☐ sim ☐ não
- 5) Voltaria a frequentar o Parque das Águas?
☐ sim ☐ não
- 6) O espaço físico dos empreendimentos gastronômicos no Parque das Águas é agradável?
☐ sim ☐ não
- 7) Como você avalia o atendimento pelos funcionários?
☐ Excelente ☐ muito bom ☐ bom ☐ regular ☐ fraco
- 8) Como você avalia a limpeza e organização da área dos restaurantes?
☐ Excelente ☐ muito bom ☐ bom ☐ regular ☐ fraco
- 9) Como você avalia a variedade de produtos?
☐ Excelente ☐ muito bom ☐ bom ☐ regular ☐ fraco
- 10) Como você avalia a qualidade dos alimentos?
☐ Excelente ☐ muito bom ☐ bom ☐ regular ☐ fraco
- 11) Como você avalia o sabor dos alimentos?

☐ Excelente ☐ muito bom ☐ bom ☐ regular ☐ fraco

12) Qual seu grau de satisfação da bebida?

☐ Excelente ☐ muito bom ☐ bom ☐ regular ☐ fraco

13) Como você avalia o custo benefício de uma refeição nos empreendimentos gastronômicos do Parque das Águas?

☐ Excelente ☐ muito bom ☐ bom ☐ regular ☐ fraco