

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

FERNANDA FERREIRA RODRIGUES DOS SANTOS

A INFLUÊNCIA DO CONCEITO DE SAÚDE E BEM-ESTAR NO SETOR
HOTELEIRO DE PONTA GROSSA-PR

PONTA GROSSA

2021

FERNANDA FERREIRA RODRIGUES DOS SANTOS

A INFLUÊNCIA DO CONCEITO DE SAÚDE E BEM-ESTAR NO SETOR
HOTELEIRO DE PONTA GROSSA-PR

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo, na Universidade Estadual de Ponta Grossa, setor Ciências Sociais Aplicadas.

Orientadora Prof^a Dra. Graziela Scalise Horodyski

PONTA GROSSA

2021



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
Av. General Carlos Cavalcanti, 4748 - Bairro Uvaranas - CEP 84030-900 - Ponta Grossa - PR - <https://uepg.br>

DECLARAÇÃO - SECISA-DETUR

TERMO DE APROVAÇÃO

FERNANDA FERREIRA RODRIGUES DOS SANTOS

A INFLUÊNCIA DO CONCEITO DE SAÚDE E BEM ESTAR NO SETOR HOTELEIRO DE PONTA GROSSA-PR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Ponta Grossa, 22 de abril de 2021.

Graziela Scalise Horodyski (orientadora)

Rúbia Tramontin Mascarenhas

Valéria de Meira Albach



Documento assinado eletronicamente por **Rubia Gisele Tramontin Mascarenhas, Chefe do Departamento de Turismo**, em 29/04/2021, às 10:51, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **Graziela Scalise Horodyski, Professor(a)**, em 29/04/2021, às 17:27, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **Valeria de Meira Albach, Professor(a)**, em 29/04/2021, às 17:31, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.uepg.br/autenticidade> informando o código verificador **0472576** e o código CRC **8C8B7B33**.

RESUMO

A pesquisa aborda o conceito de saúde e bem-estar no setor hoteleiro de Ponta Grossa-PR. Traçou-se como objetivo geral analisar a influência dos conceitos de bem-estar e saúde e como estão influenciando o setor hoteleiro da cidade, a fim de mostrar que o turista se preocupa em manter sua rotina de atividade física e nutricional mesmo com seu deslocamento. Para os objetivos específicos definiram-se os seguintes: compreender o conceito de turismo e bem-estar e seus desdobramentos; analisar a cidade de Ponta Grossa como destino turístico; identificar benefícios relacionados à saúde e bem-estar ofertados pela hotelaria da cidade. Na metodologia, optou-se pela pesquisa exploratória por meio de um levantamento digital, de dados coletados no TripAdvisor. Os resultados obtidos apontam que os comentários da internet em sites de viagem, são facilmente compartilhadas, de modo a inibir ou desestimular o turista, porém, o setor hoteleiro buscou por novos recursos que estimulam o cliente a buscar por um estilo de vida saudável, com vitalidade, longevidade e qualidade tornando-se um padrão comportamental, de tal modo que, disponibilizou serviços de saúde e bem-estar,

Palavras-chave: Saúde e Bem-Estar; Setor Hoteleiro; Ponta Grossa - PR.

ABSTRACT

The research addresses the concept of health and well-being in the hotel sector of Ponta Grossa-PR. The general objective was to analyze the influence of the concepts of well-being and health and how they are influencing the city's hotel sector, in order to show that tourists are concerned with maintaining their physical and nutritional activity routine even with their displacement. For the specific objectives, the following were defined: to understand the concept of tourism and well-being and its consequences; analyze the city of Ponta Grossa as a tourist destination; identify health and well-being benefits offered by the city's hotels. In the methodology, exploratory research was chosen through a digital survey of data collected on TripAdvisor. The results obtained point out that the internet comments on travel sites are easily shared, in order to inhibit or discourage the tourist, however, the hotel sector looked for new resources that stimulate the client to search for a healthy lifestyle, with vitality, longevity and quality becoming a behavioral pattern, in such a way that, provided health and well-being services.

Keywords: Health and Well-being; Hotel sector; Ponta Grossa - PR.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Segmentação Turismo de Saúde e Bem-estar	12
Quadro 2 - Ponta Grossa-PR Relação de cidades até 100 km	14
Quadro 3 - Atrativos da Região de Ponta Grossa	14
Quadro 4 - Hotelaria Saúde e Bem-estar Ponta Grossa-PR	32

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Croqui com os Atrativos da Região.....	15
Figura 2 - Formas de Prevenção da Covid-19	20
Figura 3- Previna-se antes de viajar.....	21
Figura 4 - Serviços oferecidos no site Tripadvisor.....	24

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 CONCEITO DE TURISMO E BEM-ESTAR NO SETOR HOTELEIRO ...	10
2.2 DESTINO PONTA GROSSA-PR	13
2.3 MERCADO HOTELEIRO DE PONTA GROSSA-PR	16
2.4 INFLUÊNCIA DA PANDEMIA COVID-19 NA HOTELARIA	19
3 METODOLOGIA	22
4 RESULTADOS	24
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS	35

1 INTRODUÇÃO

A saúde e o bem-estar do turista é um assunto relevante para o setor hoteleiro, pois trata dos riscos, individuais e coletivos, ocasionados pela movimentação de pessoas e por sua interação com diversos ambientes. Existem diferentes perfis de viajantes, dentre eles, sendo os mais comuns, os turistas e os profissionais. O que os diferenciam é a origem e os destinos da viagem, objetivos e características individuais.

Nesse sentido, o setor hoteleiro observa a saúde do turista sob dois aspectos, primeiro quanto à preocupação com a saúde individual do mesmo e segundo sob o ponto de vista de impactos na saúde pública. Com o crescimento da preocupação com a saúde e o bem-estar, cada vez mais as pessoas orientam seus planos de viagens para destinos que ofereçam em sua estrutura turística, hotéis que disponibilizem opções de serviços e produtos voltados para esse fim.

Sendo assim, a pesquisa tem como problemática como o setor hoteleiro apresenta os conceitos de saúde e bem-estar aos turistas. Neste sentido, apontam-se os seguintes objetivos: a) analisar a influência dos conceitos de bem-estar e saúde; b) influência destes no setor hoteleiro da cidade de Ponta Grossa-PR; e c) como essas tendências em saúde e alimentação estão influenciando no serviço de hotéis. Beni (2003) já fazia apontamentos sobre o crescimento do segmento de Turismo de Saúde, o qual constitui-se de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos (MTUR, 2016; p.53) para a qualidade de vida.

De acordo com Carpena e Bonin (2014) a necessidade do ser humano está como prioridade seguindo o modelo da hierarquia de Maslow¹ das necessidades física e de segurança, autoestima e de realização pessoal. Compreender as necessidades e motivações que impulsionam um hóspede a adquirir as atividades, produtos e serviços, é importante para atender as realizações pessoais dos hóspedes.

¹ A **Pirâmide de Maslow**, também chamada de **hierarquia das necessidades de Maslow**, é um conceito criado na década de 50 pelo psicólogo norte americano **Abraham H. Maslow**. Seu objetivo é determinar o conjunto de condições necessárias para que um indivíduo alcance a satisfação, seja ela pessoal ou profissional.

Destaca-se que a saúde e o bem-estar já não têm mais seu enfoque em um determinado perfil específico de pessoas com problemas de saúde, mas sim, em um contexto geral de perfis de pessoas com interesse em melhorar a qualidade de vida, ou por ser apenas um estilo de vida adquirido.

Para compreender as motivações que impulsionam um hóspede a optar por determinado hotel, devem-se observar as atividades, produtos e serviços, tais como a alimentação (café da manhã), serviços/atividades: academia e convênios, os quais são disponibilizados para satisfazer as necessidades e desejos de seu público.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para referenciar tal trabalho, optou-se pela descrição em 4 subtítulos que apresentarão conceitos sobre saúde e bem-estar no setor hoteleiro, apresentados de forma ampla, uma breve explanação daquilo que a cidade de Ponta Grossa apresenta como destino turístico para os visitantes e hóspedes dos hotéis citados, uma abordagem objetiva do mercado hoteleiro em Ponta Grossa e por fim, a influência do conceito de turismo e bem-estar em que a pandemia teve sobre o setor hoteleiro no ano de 2020.

2.1 CONCEITO DE TURISMO E BEM-ESTAR NO SETOR HOTELEIRO

A Influência do conceito de saúde e bem-estar na Hotelaria se dá segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), pelo físico, mental, e dá destaque ao social. A saúde passa a ser um estado muito subjetivo que depende diretamente dos valores que cada indivíduo possui.

Segundo a Constituição Brasileira (1988) em seu artigo 196: “A saúde é direito de todos e dever do Estado[...]” e nesse sentido, muitos hotéis adotam hábitos que buscam melhorar em seus serviços e alimentação para atender a demanda do seu público que busca hábitos e qualidade de vida saudável, assim pode se dizer que o bem-estar deve gerar expectativas e emoções positivas.

Para o autor Inglehart (2000), o turismo de bem-estar consiste em viagens com o objetivo de promover a saúde e o bem-estar através de atividades físicas, psicológicas ou espirituais. Os autores, Viegas Fernandes (2011) e Koncul (2016), enfatizam o termo de saúde e bem-estar como cuidados com a saúde pela forma física e mental, de forma preventiva, centrando em estabelecimentos com o objetivo de relaxamentos ou de forma física, como SPAs, Talassoterapia e Termas.

Para Cunha (2006), o termo bem-estar pode estar relacionado ao objetivo de viajar para fins de tratamento médico, cirúrgicos ou para qualquer tipo de cuidado associado com o físico, mental e social, a diferentes hábitos de vida saudáveis, entre os quais se destacam como conceito de saúde aliado com o turismo: qualidade de vida, exercício físico, dieta, autoestima, saúde, lazer, relaxamento e paz de espírito.

Esse conceito de saúde e bem-estar é um nicho que tem cada vez mais destaque no setor hoteleiro, Silva (2016) ressalta em seu texto que os serviços ofertam segmentações que são gerados por um novo comportamento. As chamadas 'tendências' as quais oferecem serviços de acordo com os recursos da hospedagem, exemplo paisagístico ou climático (águas termais, terrenos argilosos, arenosos, lodosos). E recorrente ao avanço da tecnologia existem segmentações como tratamentos de saúde, bem-estar, estética e beleza, o qual também se dá ao conceito de bem-estar.

turismo de saúde é o conjunto de atividades turísticas que os indivíduos necessitam para prover meios de manutenção ou aquisição de bom funcionamento e sanidade de seu físico e de seu psiquismo. (FROZÉ, GIANOTTI e GIANOTTI, 2010)

O conceito de turismo descrito por Thomas Cook, está na visão da excursão organizada nessa atividade, pois permitiu que uma grande massa da população tivesse acesso as viagens de férias a segunda metade do século XX, a atividade turística expandiu-se pelo mundo inteiro. Em 1970, inicia-se uma nova etapa no desenvolvimento do turismo pois, vários países, estimulados pelos benefícios que o turismo poderia proporcionar às comunidades, impulsiona e aparece o aspecto educativo e o econômico das viagens. Enquanto os jovens realizavam essas grandes viagens, estimulados pelo motivo educacional.

No fim do século XVI, começa a surgir um interesse especial pelos banhos termais, cujas propriedades curativas já eram conhecidas tanto na antiga Grécia quanto no Império Romano. No século XVII, os médicos começaram a recomendar as propriedades curativas dos banhos termais. Assim, começaram a ser organizados entretenimentos, associando propriedades curativas das águas à busca de lazer e diversão. No século XVIII este tipo de viagem se generalizou. Surgia, ainda a cura pelo ar das montanhas, sobretudo, para quem tivesse contraído tuberculose. O período compreendido entre a segunda metade do século XVII.

Conforme o Quadro 1, com base nos dados de Silva (2017), alguns termos de turismo de saúde e bem-estar, tem a finalidade de esclarecer a diferenciação entre eles.

Quadro 1 - Segmentação Turismo de Saúde e Bem-estar

Turismo De Bem-estar	Essa segmentação se dá pelo turismo de saúde, o qual o seu fator principal é a diminuição do estresse, emagrecimento, prevenção de doenças e promoção de uma vida mais saudável (MTUR, 2006). [...] especificamente para ativar e melhorar fisicamente, psicologicamente, espiritualmente e/ou socialmente a pessoa.
Turismo De Saúde	São produtos e serviços turísticos que seu objetivo é promover e permitir aos clientes melhora e manter sua saúde e bem-estar. [...] define essa segmentação turística em compreende o turismo médico-hospitalar e de bem-estar (SILVA, 2017)
Termalismo De Bem-estar	Seu conceito se é dado pelo tradicional do termalismo terapêutico proporcionado pelas águas minero medicinais, oferecem também outras atividades voltadas à saúde, ao ócio e outros interesses
Turismo De Spa	Está relacionado a prestação de serviços específicos de saúde em destinos que tradicionalmente fornecem de águas minerais e termais, e conta com instalações de saúde com alojamento
Spa	Espaço que oferece tratamentos com água ou outros tratamentos ligados à saúde, à estética e à beleza, como: banhos especiais, massagens, tratamentos, exercícios, alimentação balanceada, programas dietéticos e físicos, entre outros.
Wellness	Pode se dizer que uma filosofia de vida que contém seis dimensões: Corporal, Emocional, Ocupacional, Intelectual, Social e Espiritual . Assim mantendo a manutenção do equilíbrio e harmonia do ser (SILVA, 2016). Englobando um conjunto de equilíbrio saudável entre os aspectos emocionais, físicos, mentais e sociais, tendo as dimensões física, emocional, social e espiritual, ligadas a qualidade de vida (SILVA, 2016)

Fonte: Silva, 2017, adaptado pela autora, 2020.

A autora Silva (2017) ainda faz a relação da segmentação de turismo de saúde, com beleza, bem-estar, como sinônimo de qualidade de vida.

O turismo de bem-estar é uma subcategoria do turismo de saúde e o define como a soma de todas as relações e fenômenos resultantes de uma viagem e estadia da pessoa, cuja principal motivação é preservar ou promover a sua saúde o bem-estar quando estão saudáveis, estão em busca de relaxar, prevenir doenças, revitalização ou beleza, e que por isso procuram hotéis especializados para receber cuidados individuais por meio de um pacote de serviços integrados com diversas terapias (dieta,

hidroterapia, exercícios para fortalecimento, relaxamento, entre outros).
(ALÉN GONZÁLEZ, 2004)

Os turistas procuram hotéis especializados para receber cuidados individuais por meio de um pacote de serviços integrados com diversas terapias. De acordo com Silva (2016), o conceito da hotelaria se dá pelo acolhimento ofertado às pessoas, ainda mais essa segmentação a qual merece toda atenção e cuidado em seus serviços como recepção, restaurante, serviço de quarto, porém com motivações e interesses distintos.

2.2 DESTINO PONTA GROSSA-PR

Ponta Grossa está localizada no segundo planalto paranaense, especificamente na região dos Campos Gerais, no estado do Paraná. Com base na cartilha de Dropa (2012), a sua origem se deu por meio do povoamento ligado ao Caminho das Tropas.

O município de Ponta Grossa está a 196 anos fazendo história, mas foi em meados de 1704 que se deu as primeiras ocupações na região e no século XX que a cidade se expandiu e se destacou. Com lojas, comércio, indústrias, escolas, cinemas, teatros e afins. Os municípios aos redores também ajudam a impulsionar o crescimento da cidade. Observa-se a sua localização na figura 1:

A cidade de Ponta Grossa fica a 103 km da capital, tendo grande influência econômica e sendo uma das regiões que têm destaque entre os municípios ao redor devido a sua infraestrutura e serviços que são ofertados. A cidade de Ponta Grossa contém alguns municípios que ficam em média a 100 km de distância da cidade (Quadro 2), deste modo, é considerada a quarta cidade mais populosa do estado do Paraná, segundo a estimativa do Censo (2019) do IBGE, com 351.736 habitantes.

Quadro 2 - Ponta Grossa-PR Relação de cidades até 100 km

Balsa Nova 98 km	Imbituva 62 km	Porto Amazonas 68 km
Campo Largo 88 km	Ipiranga 55 km	Prudentópolis 98 km
Carambeí 21 km	Irati 84 km	São João Do Triunfo 95 km
Castro 41 km	Ivaí 92 km	Teixeira Soares 57 km
Fernandes Pinheiro 70 km	Palmeira 46 km	Tibagi 97 km
Guamiranga 78 km	Piraí do Sul 74 km	

Fonte: Elabora pela autora; 2020.

Os municípios referidos, fomentam a cidade de Ponta Grossa, por serem próximos. Contam com uma área cheia de paisagens e belezas, como a presença de árvores de araucária, de cachoeiras e de canyon. Desta forma, a cidade apresenta segmentações diferentes do turismo, mas com características importantes para a cultura natural e histórica, tais como tombamentos e unidades de conservação. Assim agregando valor tanto para a história da comunidade local, quanto para os turistas que visitam a região.

Pode-se observar através do material coletado para o quadro 3, que a área referente a cidade de Ponta Grossa apresenta regiões atrativas naturais, culturais, religiosas e ambientes com monumentos históricos.

Quadro 3 - Atrativos da Região de Ponta Grossa

Atrativos Naturais	Atrativos Culturais	Patrimônios Religiosos	Praça – Parque
Parque Estadual De Vila Velha	Mansão Vila Hilda	Igreja Do Rosário	Complexo Ambiental Gov. Manoel Ribas
Furnas Gêmeas	Prédio Do Antigo Fórum	Catedral De Sant'ana	Praça Marechal Floriano Peixoto
Buraco Do Padre	Estação São Paulo - Rio Grande	Mosteiro Da Ressurreição	Praça Barão Do Rio Branco
A cachoeira do Rio São Jorge	Monumento Do Sesquicentenário	Capela Santa Bárbara	Parque Municipal Rio Verde

Fonte: Elaborado pela autora, 2020; baseado em cartilha de Dropa 2015.

Alguns dos locais citados se encontram no centro da cidade, conforme figura 2 do mapa, exibindo as coordenadas de alguns destinos turísticos da região,

Os eventos sediados no município como: Festival Nacional de Teatro Amador (Fenata), a Feira Paraná em conjunto com a Exposição Feira Agropecuária e Industrial de Ponta Grossa, a Expo & Flor e a Agroleite, em Castro, são elementos que alavancam ainda mais o turismo. Pires (2019) relata que é preciso estimular a cidade para que se desenvolva os quatro verbos do turismo: 'comer, dormir, comprar e visitar', juntamente com as empresas e indústrias, localizadas na região. Desse modo, os eventos contribuem com serviços e no desenvolvimento da economia local, auxiliando a expansão e a consolidação das pequenas empresas de serviços turísticos, tornando-se uma vantagem para a cidade, assim o setor hoteleiro acaba ganhando com toda essa demanda e procura.

2.3 MERCADO HOTELEIRO DE PONTA GROSSA-PR

O hotel é uma empresa prestadora de serviços o qual se diferencia de outros estabelecimentos como o industrial e comercial, consiste em uma instalação que tem serviços para oferta ao hóspede, segundo Beni (2001). A principal função do hotel é oferta de um alojamento temporário para hóspedes que buscam por esse serviço por um determinado tempo. De acordo com Castelli (2006), esse espaço zela ao bem-estar, higiene e repouso que é destinado ao hóspede.

Cada hotel possui um critério diferenciado para fazer a cobrança com o seu cliente. A Embratur considera a diária da unidade sendo fixada a partir do momento de chegada (check-in) até a saída (check-out) do hóspede para fazer o fechamento dessa diária. Importante ressaltar que essas medidas são feitas perante a um contrato antes do hóspede se acomodar.

De acordo com Andrade (2000), o conceito de hotel viável economicamente, consiste em adquirir requisitos, como categoria de apartamentos confortáveis, bem dimensionados, devidamente equipados e com ambientes agradáveis que forneça serviços como (lavanderia, produção de alimentos), atividades (recreação e lazer), comerciais (restaurantes e lojas), rol para realização de eventos e interação com o hóspede.

O autor relata ainda que em 1994 o Brasil consegue a sua estabilidade econômica tornando-se um país seguro para receber investimentos de grande

porte. Levando à expansão e um número significativo de visitantes que crescia no país o que causou impacto positivamente nas hospedarias.

Para Beni (2001), os principais atributos de avaliação são o conforto, a limpeza e a manutenção dos apartamentos, a localização, segurança dos hotéis e o atendimento oferecido. Já a qualidade depende exclusivamente do pessoal responsável pela prestação de serviços aos hóspedes.

Conforme MTUR (2016), a qualidade dos meios de hospedagem pode ser medida através da classificação por estrelas '☆', e é organizada pelo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (MTUR, 2011). Este Sistema estabeleceu sete tipos de Meios de Hospedagem, para atender a diversidade da oferta hoteleira nacional (Hotel, Resort, Hotel Fazenda, Cama & Café, Hotel Histórico, Pousada e Flat/Apart-Hotel) e utiliza a consagrada simbologia de estrelas para diferenciar as categorias

A classificação dos meios de hospedagem adota 3 principais requisitos, os quais são estritamente imprescindíveis para a adoção das estrelas, tais como: infraestrutura - vinculados às instalações e aos equipamentos; serviços - vinculados à oferta de serviços; sustentabilidade - vinculados às ações de sustentabilidade (uso dos recursos, de maneira ambientalmente responsável) (MTUR, 2011).

Com o aumento do uso contínuo de redes sociais, pode-se captar um novo perfil de consumidor, aquele que tem a necessidade de apreciar o marketing online, assim com o objetivo de facilitar o contato e o compartilhamento de informações, bem como, a união de grupos de pessoas que buscam objetivos comuns. Nesse sentido, a finalidade do setor hoteleiro é de atingir de modo assertivo o público-alvo no meio de hospedagem, além de divulgar de forma adequada a infraestrutura, serviços e preços, de acordo com o segmento de mercado em que o meio de hospedagem está inserido. (SANDHUSEN, RICHARD. 2010 p. 484- 493.

O setor hoteleiro percebe que as redes sociais apresentam-se de forma aliada na captação de clientes, visto que, segundo ABIH, o meio de hospedagem é o segundo item mais comprado de forma online pelos brasileiros, sendo que 89% pesquisam online antes de viajar, 47% compram pela internet e 40% pesquisam online e compram off-line dessas informações, pode-se inferir que as redes sociais oferecem muitas vantagens aos meios de hospedagem, pois a divulgação dos

serviços tornou-se muito mais fácil e sem grandes custos de investimentos comparadas a outros meios de captação, além disso, atinge um público cada vez maior e direcionado aos serviços ofertados, o

Os meios de hospedagem, atendem requisitos os quais as empresas devem oferecer, assim a classificação é, reconhecidamente como um instrumento de divulgação de informações claras e objetivas sobre meios de hospedagem, sendo um importante mecanismo de comunicação com o mercado. De acordo com Associação Brasileira de Indústrias e Hotéis (ABIH, 2015), esta comunicação possibilita a concorrência justa entre os meios de hospedagem do país e auxilia turistas brasileiros e estrangeiros, dando mais credibilidade ao estabelecimento

De acordo com os autores Tomazzoni e Bittencourt (2013), os quais destacam que um bom atendimento influencia positivamente no setor hoteleiro, desde a acomodação dos hóspedes, alimentação, finanças, atividades de marketing, dando mais visibilidade ao hotel e conseqüentemente atraindo mais turistas. Sendo assim. Moyses e Wada (2008), defendem o ponto de vista do hóspede e como esta influência nas adaptações dos hotéis.

Sabendo que o cliente é o grande foco na hotelaria, eles também são responsáveis pelas tendências e segmentações que o hotel oferece. Conforme mudam os clientes, os hotéis buscam adaptação a essas novas exigências. Em outras palavras, determinar as condições do panorama sobre os conceitos de segmentação, posicionamento, diferenciação e preço, a percepção do produto hoteleiro e os componentes da avaliação e classificação de hotéis [...]adequando o perfil de cada segmentação ao cliente (MOYSES & WADA; 2008 p. 2).

Para Silva e Romano (2016), o turista apresenta um perfil de gastar mais, já que normalmente a empresa financia as despesas, a este, os autores chamam de turista de negócios, pois é muito mais exigente do que o turista de lazer, suas viagens são feitas por classes superiores dos aviões, preferem hotéis de 4 e 5 estrelas, já que esses hotéis oferecem melhores serviços como: computadores, internet de banda larga, sala para eventos, palestras, teatros e espetáculos.

Os hotéis situados na região de Ponta Grossa - PR tem sua referência e estratégia da organização, que consiste na forma de encarar o mercado e os concorrentes em busca da maximização de resultados. Sendo eles os principais meios de hospedagem com cadastro na cidade, dados oficiais retirados do site da prefeitura (2020): Premium Vila Velha Hotel, Hotel 10, Hotel Bourbon Ponta Grossa

Convention Hotel, Hotel Barbur Plaza, Luds Comfort Hotel, Hotel Princess Express, Hotel Pax, Planalto Select Hotel, Village Hotel e Ponta Grossa Plaza Hotel.

Os meios de hospedagens têm uma gama de serviços como de alimentação, organizações, lazer, lojas de souvenirs, dependendo do seu público-alvo, determina-se a demanda da característica da empresa. A autora Anjos *et al* (2005) aponta que o setor hoteleiro usa estratégias no sentido de tornar a organização atenta e ágil, utilizando a informação sobre diferentes bens e serviços turísticos que atendam necessidades específicas dos turistas.

Marcellino (1996), *apud* Anjos et al. (2005) faz apontamentos que classificam atividades de interesses e nesse caso os interesses físicos (são atividades como exercício físico) para a satisfação das necessidades do turista e essa experiência durante a sua hospedagem no hotel, visando a satisfação do turista pelo serviço ofertado.

Portanto, entende-se que o setor hoteleiro, oferece a hospitalidade, de modo a ser o papel fundamental para auxiliar no crescimento do turismo, de modo geral, mas enfatizando a cidade de ponta grossa, pois assim, possibilita ao hóspede/turista visitar e conhecer o que faz parte da região, cultura, pontos turísticos, alimentação costumes. No decorrer do ano de 2020, pode-se constatar que o público que pertencia aos hotéis teve mudanças, pois, os hóspedes de negócios, que antes buscavam pelos hotéis para desfrutar de eventos, palestras e reuniões, passaram a ser hóspedes de passeio, os quais vêm conhecer a cidade porque pelos lugares, com natureza e que são abertos, de modo que as pessoas podem sair com segurança.

2.4 INFLUÊNCIA DA PANDEMIA COVID-19 NA HOTELARIA

De acordo com Amorim (2020), a pandemia afetou alguns setores econômicos que ocasionou paralisação de grande parte das atividades econômicas e demais setores, e o setor hoteleiro não ficou de fora com cancelamentos e remarcações de hospedagem.

Para seguir as exigências do Ministério da Saúde em relação aos cuidados e prevenção contra a COVID-19, o setor hoteleiro conhecendo os fatos e tomando as precauções apropriadas precisou seguir alguns conselhos das autoridades

locais de saúde. A figura 2 retrata alguns modos de prevenção contra a COVID-19, segundo o ministério da saúde.

Figura 2 - Formas de Prevenção da Covid-19



Fonte: Ministério da Saúde, 2020.


Após o primeiro semestre (2020) que o mundo praticamente parou e muitos ficaram em casa ou trabalhando em home office, o segundo semestre veio para mostrar que era possível se reinventar em alguns setores, sendo necessário a geração de economia para o país.

O setor hoteleiro não ficou de fora desse 'novo normal' precisou se reinventar, para continuar com as atividades. Para minimizar a infecção e continuar com as atividades o autor Amorim (2020) apresenta um informativo em que é fornecido aos hóspedes durante o check-in, detalhando as alterações nos serviços prestados, aprimoramentos nas políticas de limpeza e como entrar em contato com a equipe da recepção em caso de emergência.

Ocasionalmente uma preocupação nacional sobretudo, as do setor hoteleiro, tendo em vista que hotéis e pousadas recebem um grande fluxo de pessoas advindas de diversos lugares. Algumas medidas foram implantadas no setor hoteleiro em Ponta Grossa para aliviar os sistemas de saúde e dar suporte aos profissionais. Os hotéis foram adaptados e adotaram medidas preventivas, principalmente para o controle e minimização da infecção nestes estabelecimentos. Em decorrência dos efeitos ocasionados pelo Coronavírus no setor de turismo e no mercado hoteleiro, foi necessário ter um olhar minucioso e responsável, por parte dos hoteleiros, para a melhor forma de prevenção, disponibilizando informações claras e objetivas sobre os procedimentos adotados tanto para os hóspedes como

para as pessoas envolvidas em manter o hotel em funcionamento, sendo necessário seguir as recomendações gerais de higiene e orientações. Deste modo, os hotéis pesquisados, disponibilizaram informativos para a prevenção e conscientização, dessa forma, transmitindo mais segurança aos hóspedes, conforme observado na figura 3.

Figura 3- Previna-se antes de viajar



Viaje com segurança durante a pandemia de COVID-19 ⓘ

O que esperar durante sua estadia

- Roupas de cama higienizadas em alta temperatura
- Máscara facial obrigatória para hóspedes nas áreas comuns
- Máscara facial obrigatória para funcionários nas áreas comuns
- Antisséptico para as mãos disponível para hóspedes e funcionários
- Política de afastamento remunerado para funcionários com sintomas
- Áreas de grande circulação higienizadas regularmente

Fonte: Tripadvisor, 2020

Compreende-se melhor que saúde e bem-estar nesse novo conceito de produtos e serviços estejam dispostas a satisfazer as necessidades e desejos do turista de negócios, com todo cuidado nesse momento.

3 METODOLOGIA

Para atingir o objetivo proposto o trabalho utilizou-se da pesquisa exploratória, a qual é definida por Gil como

Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis (GIL, 2008, p. 27).

Deste modo, o leitor consegue obter um cenário geral do tema abordado, não necessitando formular hipóteses sobre o assunto, porém, consegue construir ideias e realizar descobertas sobre o tema tratado.

Esta pesquisa também fez uso de ferramentas digitais para a realização da pesquisa de campo na qual ocorreu o levantamento de dados por meio dos sites dos hotéis e do site da prefeitura: Premium Vila Velha Hotel, Hotel 10, Hotel Bourbon Ponta Grossa Convention Hotel, Hotel Barbur Plaza, Luds Comfort Hotel, Hotel Princess Express, Hotel Pax, Planalto Select Hotel, Village Hotel, Ponta Grossa Plaza Hotel.

Primeiramente foi realizada uma pesquisa teórica bibliográfica sobre os principais temas abordados como saúde e bem-estar; rotina, atividades físicas, alimentação e nutrição. Tendo foco na influência do conceito de saúde e bem-estar no setor hoteleiro de Ponta Grossa- PR. Para Gil (2008, p.44), pesquisa bibliográfica "é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos", neste contexto, baseada em livros e outros escritos.

Em seguida foi realizada a identificação dos hotéis a partir dos seguintes critérios, baseados nos objetivos da pesquisa: infraestrutura, serviços e equipamentos dos hotéis. Os sites dos quais os hotéis foram selecionados e analisados, cumpriam as determinações do Ministério da Saúde e apresentavam os serviços descritos pelo TripAdvisor, mantendo a coerência nas informações oferecidas e serviços prestados.

Desta forma o levantamento de dados foi realizado através do TripAdvisor, pois, de acordo com Borges (2011) as plataformas digitais têm possibilitado uma

interação com outros indivíduos como os consumidores, o que faz com que eles sejam produtores ativos, influenciando assim positivamente ou negativamente, produtos e serviços.

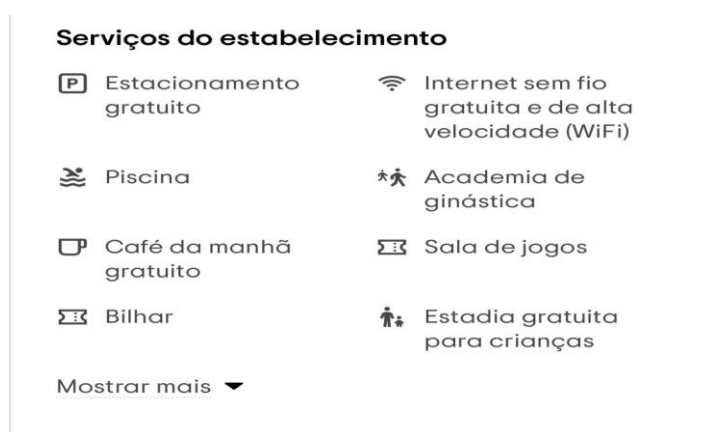
Os procedimentos de análise compreendem os métodos qualitativos e quantitativos, pois depende do estilo e da capacidade do pesquisador, onde o elemento humano continua sendo fundamental. Optou-se pela análise qualitativa pois, segundo Gil (2008), ela proporciona melhor visão e compreensão do problema.

A análise dos resultados se deu de modo a valorizar o contato com a situação estudada, buscando-se o que era comum, mas permanecendo, entretanto, aberta para perceber a individualidade e os significados múltiplos. De modo que, segundo Gil (2008) o material obtido em pesquisas exploratórias qualitativas seja rico em descrições de pessoas, situações, acontecimentos, fotografias, desenhos e documentos. De modo a verificar como os conceitos de bem-estar e saúde manifestavam-se nas atividades, nos procedimentos e nas interações cotidianas, no setor hoteleiro e turístico.

4 RESULTADOS

Os dados coletados foram feitos pelo TripAdvisor entre os meses de março a novembro de 2020, e se deu por meio de buscas das palavras chaves: alimentação, serviços e Infraestrutura, além de observados que a palavra Covid estava presente, como forma de prevenção e orientação aos hóspedes, expostas no quadro que resume a pesquisa. Quando iniciado as buscas as categorias e serviços oferecidos apresentavam as descrições com legendas, conforme figura 6, pois assim, os serviços que estavam disponíveis nos hotéis, facilitavam para o turista na sua tomada de decisão em adquirir o serviço hoteleiro.

Figura 4 - Serviços oferecidos no site Tripadvisor



Fonte: Tripadvisor, 2020

Com base na pesquisa realizada foi possível observar que os 10 hotéis pesquisados, recomendados pelo site de viagem Tripadvisor, apresentam as seguintes descrições: café da manhã incluso nas diárias, espaço oferecido para realizar atividades físicas e infraestrutura das acomodações, porém, o site pesquisado Tripadvisor descreve de maneira explícita os serviços que oferecem ou disponibilizam para o turista como forma de saúde e bem-estar.

A seguir estão os hotéis e suas descrições com base nos critérios de serviços ofertados, visto que o site de viagem objetiva a venda de serviços, prestados pelos hotéis, cabendo ao cliente turista buscar mais informações que vão ao encontro daquilo que se privilegia como bem-estar e saúde. A pesquisa, porém,

acrescentou tais informações coletadas a partir de busca minuciosa referente aos conceitos de bem-estar/*wellness* e saúde.

Premium Vila Velha Hotel

O Hotel Premium Vila Velha está localizado no centro da cidade e próximo a restaurantes, bares e lojas de Ponta Grossa, através da análise subentende-se que, de acordo com Maslow (2012), o sujeito busca pela necessidade de segurança, e este critério é o que pode definir o hotel como seguro ou não.

O conceito de saúde está atrelado ao fato da ausência de doenças, entendida pela OMS como “um estado de bem-estar total, físico, mental e social, que não consiste apenas na ausência de doença ou enfermidade [...] mas preocupada com as tensões diárias e com a importância dada ao equilíbrio psicológico e mental” a qual se revela importante em uma sociedade. Nesse sentido, o hotel oferece espaço de academia, porém não disponibiliza maiores informações no site a respeito da existência de aparelhagem e/ou de profissionais que atuem nessa área dedicando-se a fornecer orientações, práticas e cuidados exclusivos com os exercícios que podem ser realizados, colaborando com a saúde e bem-estar do turista.

O Bourbon está localizado no bairro Olarias, próximo ao centro da cidade e em suas adjacências possui hipermercado, restaurantes, bares e lojas, tal aspecto contribui para garantir o conforto e à satisfação dos hóspedes que buscam pelo bem-estar ao usufruir de uma estadia tranquila. Nesse sentido, o hotel deve dispor de um conjunto de medidas com o objetivo de garantir o bem-estar dos turistas evitando prejuízos humanos, financeiros e materiais, porém, nos sites pesquisados não apresentam informações específicas a respeito da segurança.

Em relação a saúde e bem-estar, no site TripAdvisor consta apenas que o hotel oferece espaço para os cuidados com a saúde dos turistas, como academia, mas esta informação não respondeu ao que, de fato, oferece para prover bem-estar. De acordo com Cunha (2006) a preocupação do indivíduo na procura do seu bem-estar e saúde é considerando o novo estilo de vida moderno em que se procura o constante equilíbrio físico, psíquico e espiritual.

Hotel 10

Os dois sites de viagens apresentam tal descrição: definida por uma rede de hotéis que foi fundada em 2003, oferece hospedagem padronizada, confortável e econômica, com serviços essenciais, porém não são disponibilizadas maiores informações sobre tais serviços, se eles podem colaborar com a promoção da saúde e bem-estar do turista.

A ênfase dada pelos sites de pesquisa para este hotel, refere-se a missão da empresa que consiste em hospedar com lazer, praticidade, segurança, tecnologia e comprometimento ambiental, critérios que colaboram com a saúde e bem-estar do turista, porém não especifica detalhes de tal ênfase. De acordo com Dumazedier (1988)

lazer consiste na atividade à qual as pessoas se entregam livremente, fora das suas necessidades e obrigações profissionais, familiares e sociais para descontraírem, divertir, aumentar os seus conhecimentos e a sua espontânea participação social, livre exercício e capacidade criativa, aumentando a sensação de bem-estar e qualidade de vida. (DUMAZEDIER, 1988, p.69)

O hotel, de acordo com o TripAdvisor apresenta responsabilidade social e ambiental, valorização dos recursos humanos, comprometimento, segurança, inovação, respeito e ética, de modo que a preservação da essência ambiental seja a promoção de experiências agradáveis aos turistas, a qual, na busca pelo bem-estar do sujeito, e este procura por locais com características adequadas a nível ambiental e de serviços enquadrados na sua perspectiva de plena harmonia.

Hotel Barbur Plaza

Segundo o site de viagens TripAdvisor todos os espaços foram projetados para o conforto e bem-estar dos hóspedes, de modo a agregar um conceito valorativo, apenas cita que os apartamentos estão equipados e decorados para atender as necessidades, distribuídos nas categorias: executivo, luxo e suíte, além da suíte nupcial para uma noite memorável.

Com relação a alimentação, foi o único hotel que teve uma descrição mais detalhada sobre o buffet do café da manhã, que alia uma grande variedade à qualidade incomparável, o qual está incluso na diária, e as demais refeições sendo um serviço adicional, porém, o consumidor só terá comprovação a partir daquilo que ele considera como variedade e saudável, além de, caso venha a ter alguma restrição alimentar, deva informar na recepção no momento do check-in.

De acordo com Beni (2003) o serviço de alimentação faz parte da oferta turística, pois, pode-se analisar sua importância não somente como serviço prestado, mas em alguns casos como atrativo turístico, como forma de expressão cultural através de pratos típicos que despertam a curiosidade dos turistas.

A alimentação oferecida em hotéis, restaurantes e demais locais de atendimento ao público faz parte da chamada alimentação coletiva, a qual difere da alimentação doméstica e dos alimentos processados industrialmente. Dessa forma, é fundamental que todo estabelecimento de alimentação coletiva, se preocupe e busque preparar e oferecer aos seus clientes alimentos de qualidade, visando a saúde e bem-estar dos mesmos. (NETO, 2005, p. 12)

Como infraestrutura, o hotel oferece a locação de salas para eventos dos mais variados tamanhos, que se adaptam a qualquer tipo de evento, propiciando salas climatizadas e equipadas com coffee break, coquetéis e buffet, além de disponibilizar toda a infraestrutura para promoção de cuidados e prevenção da covid. Ao se preocupar, mesmo que de maneira implícita, com a saúde e bem-estar do turista, ofertando espaço para atividades físicas, que é defendida por Dumazedier (1988) com três dimensões fundamentais: a de recreio, na qual se dá a libertação da fadiga; a de divertimento, libertando o tédio e o aborrecimento das monótonas tarefas quotidianas; e de desenvolvimento da personalidade, libertando os automatismos do pensamento e das atividades quotidianas.

Luds Comfort Hotel

Para este hotel, os dois sites de viagem, descrevem-no como recém-inaugurado, oferecendo estrutura e comodidade para viagens de negócios ou lazer em que as atividades, encontradas pelos hóspedes e oferecidas pelo hotel têm sentido no contexto das percepções individuais e sistema de valores, podendo ocorrer em qualquer lugar e/ou circunstância (RAMOS, 2008), ocupado como forma de distração, evasão, divertimento ou desenvolvimento e realização pessoal.

O hotel dispõe de auditório e sala de reuniões para eventos, espaço gourmet com churrasqueira, área de conveniência para lanches e refeições rápidas e espaço lounge comum para descanso, oferecendo atendimento personalizado e recepção 24 horas Como cortesia, é oferecido o café da manhã, estacionamento e

Wi-Fi gratuitos. Dispõe de todas as medidas exigidas pelo Ministério da Saúde em relação a promoção de cuidados e prevenção da covid.

Nesse contexto, Ramos (2001) entende que a valorização da saúde promove aumento da demanda por produtos e serviços orientados a uma vida saudável e melhoria da qualidade de vida, implicando na busca pela felicidade, relaxamento ou sofisticação, contribuindo para a satisfação geral na vida social, lazer, familiar, amorosa, profissional, espiritual e intelectual.

Hotel Princess Express

O hotel oferece café da manhã incluso na diária, e as demais refeições como serviços adicionais, não oferece espaços para atividades físicas, porém dispõe de medidas de promoção de cuidados e prevenção da covid conforme exigência do Ministério da Saúde.

A partir da teoria da Motivação de Maslow (2012) a motivação turística está interligada às necessidades emocionais e experienciais, na busca de prazer e definição de comportamentos de escolha, de modo a observar mentalmente esta força motivadora que medeia experiências emocionais, avaliações e intenções de comportamento.

Este hotel, apresenta descrições de atrações próximas como shopping, restaurantes e bares, agregando a localização em números para que o turista perceba que está muito próximo de locais atrativos, porém, o hotel em si não apresenta nenhuma motivação e atração.

Quando o turista encontra tais motivações, estas podem ser percebidas, de acordo com OMT (2001), como: físicas (Relaxamento do corpo e mente, saúde, prazer, divertimento, desporto) motivações culturais (arte, música, história, cultura,...), curiosidade sobre países estrangeiros, eventos culturais nacionais ou internacionais (Jogos olímpicos, carnaval, festivais), motivações pessoais (Busca de experiências diferentes, socialização e criação de novas relações, fuga ao meio social normal, visitas a familiares e amigos, desejo de viajar, viagens espirituais) motivações de prestígio e de status (Procura de negócios, contatos, objetivos profissionais, hobbies, aprendizagem e formação continua, elevação do ego, conferências, moda).

Hotel Pax EXPRESS

O Hotel Pax Express está situado no centro da cidade, próximo ao Hospital Santa Casa, clínicas médicas, restaurantes, bares, lojas, bancos e muitas outras facilidades.

Esta comodidade é defendida por Koncul (2012) como a vertente Wellness, considerada na hotelaria como “complementar”, pois, é um estilo de vida moderno em que os indivíduos procuram o constante equilíbrio físico, psíquico e espiritual numa perspectiva holística de si mesmos, para adquirir o bem-estar e na promoção de saúde.

Constitui-se em atividades motivadas pela busca da promoção e manutenção da saúde realizada por meio de tratamentos acompanhados por equipes de profissionais de saúde especializados, que visam a diminuição dos níveis de estresse, além da aprendizagem e manutenção de uma vida saudável e equilibrada e até mesmo a prevenção de determinadas doenças (CARPENA e BONIN, 2014, p.5)

Assim, o site TripAdvisor verificou que o hotel oferece infraestrutura com acomodações avaliadas como econômicas e confortáveis pois, estão equipadas com banheiros privativos, tvs de tela plana, ventiladores e WiFi gratuito. As diárias incluem café da manhã (demais refeições são serviços adicionais), estacionamento privativo e recepção 24 horas. Dispõe de toda a infraestrutura para promoção de cuidados e prevenção da covid, e não oferece espaços para atividades físicas.

Tais descrições não ofertam serviços que incluem promoção de saúde, apenas são explicadas para que se possa vender tal produto. E, nesse sentido, o bem-estar é uma opção visualizada apenas como troca de espaço, vista como liberdade que faz referência à possibilidade de viver de uma nova maneira mesmo que por tempo limitado.

Planalto Select Hotel

A imagem do site de viagens TripAdvisor para este hotel é um edifício histórico de 1941 no centro de Ponta Grossa, descrito por proporcionar conforto nas instalações combinando o modelo rústico e antigo com a tecnologia necessária para produtividade do turista.

Oferece o café da manhã incluso na diária, espaços para atividade física promovendo saúde e bem estar, de modo que a procura turística, defendida por Cooper (2017) está relacionada com a vontade e a decisão do indivíduo em viajar, sendo um processo de consumo influenciado por vários fatores (económicos, psicológicos, sociológicos, entre outros), associados às necessidades e desejos do cliente, aliado também, neste momento com a infraestrutura para promoção de cuidados e prevenção da COVID exigidos pelo Ministério da Saúde.

Em nível estadual, o hotel é reconhecido pelo Selo de Qualidade no Turismo do Paraná, definida como “Turismo em que o viajante tem uma interação educativa, emocional, social e participativa com o lugar, a sua cultura e os seus residentes, sendo que os turistas sentem esses destinos como sendo cidadãos” sendo esta, definição que avalia a gestão empresarial e a satisfação dos clientes, provando que a necessidade do hóspede está naquilo que promove o bem-estar do próprio, podendo ser de caráter emocional, físico ou espiritual, propiciando mudança, experiência, aventura, divertimento e apreciação estética para satisfação pessoal

Ponta Grossa Astron Plaza Hotel

O diferencial deste hotel explícito no TripAdvisor é que as janelas antirruído proporcionam uma estadia calma e silenciosa. Os apartamentos são espaçosos e confortáveis e possuem excelente ducha com aquecimento central, ar-condicionado e estacionamento e um variado café da manhã incluso em todas as diárias, e banheira de hidromassagem.

As janelas antirruídos são, de certa forma, provedores de saúde e bem-estar, bem como a banheira de hidromassagem, porém, não há critérios associados ao uso da hidromassagem como fator terapêutico. A incorporação do spas auxilia no diferencial preferido por hóspedes que procuram pelo de bem-estar, bem como, práticas e rituais que permitem a percepção do próprio “eu” ao moldar os hábitos de consumo, na promoção de saúde.

De acordo com Koncul (2012), o turista procura ser surpreendido e viver experiências únicas, sendo referido como um dos produtos emergentes e potenciadores da diferenciação e competitividade turística, cujo conceito de hospitalidade se identifica com o conceito de bem-estar. Segundo Cunha (2006)

O conceito de Bem-estar surge pela necessidade em designar os fenômenos e relações que derivam de um vasto conjunto de preocupações do ser humano com o seu corpo e com os estados de espírito que afetam as suas condições físicas ou de inserção no meio social. (CUNHA, 2006, p.32)



O hotel conta com espaços para atividades físicas proporcionando bem-estar e promoção a saúde, porém, é o cliente que deve procurar por tal serviço e não há profissionais para auxiliá-lo neste espaço. Segundo Cunha (2006) é o estado de equilíbrio entre o corpo, espírito e mente, obtido através de cuidados de beleza, de nutrição saudável, do relaxamento e atividade mental, de modo a não tratar apenas a doença, mas a harmonia plena.

Village Hotel


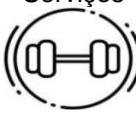


O Hotel apresenta estrutura com hall de entrada, recepção 24h, referido nas avaliações como aconchegante, sala de café e espaço business climatizado. Oferece café da Manhã incluso na diária, e é certificado pelo Selo Social de Ponta Grossa, que reconhece as empresas comprometidas com causas internas sociais e ambientais.

Bem-estar e saúde, são conceitos descritos pelos autores pesquisados, como Silva (2016) e Koncul (2012) como um estado que prevê a harmonia entre corpo, mente e espírito, associados à responsabilidade do indivíduo: exercício físico, nutrição saudável, cuidados de beleza, meditação, relaxamento, atividade mental, educação para o ambiente e contatos sociais. Porém, este hotel não dispõe de espaços para atividades físicas, mas apresenta infraestrutura para promoção de cuidados e prevenção da covid exigidos pelo Ministério da Saúde, e compreendidos por Cunha (2006) que, no leque do conceito de bem-estar está referido o estado multidimensional de estar bem no qual o sentimento interno de “ser” e a realização externa se encontram em harmonia, na busca da longevidade.

No quadro 4, a seguir, se tem ícones como; alimentação; café da manhã (caso haja restrição alimentar, avisar no check-in) serviços; academia e convenio infraestrutura; Piscina, Spas, Sauna; hotéis respeitando o decreto e medidas de restrições.

Os símbolos  é quando o hotel possui os critérios de saúde e bem-estar e consegue atender essa demanda de turista, já o  é quando não atende a esse público em específico.

Quadro 4 - Hotelaria Saúde e Bem-estar Ponta Grossa-PR

Hotéis	Alimentação 	Serviços 	Infraestrutura 	Covid-19 
Planalto Select	✓	✓	✓	✓
Hotel 10	✓	✗	✗	✓
Village Hotel	✓	✗	✗	✓
Premium Vila Velha Hotel	✓	✓	✓	✓
Barbur Plaza Hotel	✓	✓	✓	✓
Astron Ponta Grossa Plaza	✓	✗	✓ Spa	✓
Luds Comfort Hotel	✓	✗	✓	✓
Pax Hotel	✓	✗	✓	✓
Bourbon Ponta Grossa Convention Hotel	✓	✓	✓	✓
Hotel Princess	✓	✗	✗	✓

Fonte: A Autora; 2020

Observou-se que o serviço de alimentação é oferecido por todos os hotéis, enquanto apenas 4 deles oferecem o item serviços, o qual se refere a academia, podendo ser no hotel ou em um espaço conveniado. Já a infraestrutura oferece serviços como: hidromassagem fitness center, sauna e piscina; e o hotel Astron Ponta Grossa Plaza apresenta um diferencial ao oferecer um spa, referenciado pelo autor Koncul (2012) como conceito de Wellness. E na última opção no quadro 5 temos o tópico Covid, item essencial devido à pandemia, esse item influenciou nos demais serviços na hotelaria.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo analisou os principais hotéis entre os meses de março a novembro de 2020, mas em março se deu a pandemia do corona vírus e com isso acabou mudando a vida de todos, e conseqüentemente com ela ocorreu a readaptação de muitas coisas no cotidiano, chamando a esta fase de 'novo normal'.

Dos 10 hotéis pesquisados, 5 atendem todos os requisitos proposto, isso demonstra que esse público vem ganhando espaço pois 4 hotéis não têm sua infraestrutura de saúde e bem-estar e isso pode se dar pelo fato do gestor hoteleiro não ter conhecimento do que pode se enquadrar como saúde e bem-estar ou até mesmo do turista deixar mais claro.

Pode-se compreender que o turismo de bem-estar está mais voltado à manutenção da saúde e prevenção de doenças e bem-atenados sobre adaptar a rotina para uma qualidade de vida ou estilo de vida saudável (Mtur, 2010, p. 20) benefícios relacionados a saúde e bem-estar ofertados pela hotelaria em Ponta Grossa.

A perspectiva wellness, conceituada por Koncul (2012), vista como holista pelo indivíduo, o qual está em busca da promoção da sua saúde e bem-estar, a partir da concepção biopsicossocial de saúde, permite aos hotéis a associação entre as técnicas hidro terapêuticas do termalismo e novas tecnologias e técnicas, normalmente baseadas em filosofias orientais e ancestrais

Diante da problemática de como a saúde e o bem-estar estão presentes no setor hoteleiro na cidade de Ponta Grossa – PR, pode-se verificar que os hóspedes procuram por aquilo que lhe traz satisfação pessoal, a qualidade nos serviços e o prazer a partir das experiências. Observou-se também que, os meios digitais utilizados para a pesquisa contribuem de modo positivo ou negativo na escolha do hóspede pelo hotel.

A qualidade dos serviços no setor hoteleiro é essencial para sua sobrevivência. Com a modernidade tecnológica, comentários da internet são facilmente compartilhadas, e os clientes insatisfeitos através das redes sociais podem inibir ou desestimular quem estava pensando em utilizar o serviço, havendo até sites específicos para essa troca de informações (TripAdvisor), no qual

comenta-se sobre os serviços de diferentes estabelecimentos na percepção do cliente.

Uma infraestrutura adequada com possibilidade de superação de expectativa é o que os viajantes procuram, a hospitalidade é um serviço intangível, visto como um diferencial e até mesmo fazendo parte da cultura do país, já que os brasileiros são conhecidos como “hospitaleiros”.

Observou-se que o “novo normal” permite a busca por um estilo de vida saudável, com vitalidade, longevidade e qualidade tornando-se um padrão comportamental, desse modo o setor hoteleiro obrigou-se a disponibilizar serviços de saúde e bem-estar, pois os clientes devem ser atendidos e orientados com o máximo de conforto para promoção de saúde e bem-estar.

Os hotéis atualmente se preocupam não só em suprir as necessidades básicas de abrigo e alimentação, mas principalmente com os cuidados da saúde e bem-estar, superando a expectativa de seus clientes por meio da qualidade dos serviços. O atendimento prestado com qualidade deve ser o principal objetivo dos administradores hoteleiros, pois a atenção e o acolhimento com o turista trazem confiança, segurança e conforto.

O conjunto dos serviços de atendimento como atenção, presteza, certeza nas afirmações e informações coerentes contribuem para a avaliação final do cliente com relação ao estabelecimento. A qualidade dos serviços contribui para a saúde e bem-estar dos turistas no momento da escolha de seu destino sendo de crucial importância para a satisfação do turista, e de valor absoluto, que pode estar presente ou ausente na escolha de ambientes (sejam restaurantes, hotéis, resorts e até mesmo hospitais privados).

REFERÊNCIAS

ABIH. **Associação Brasileira de Indústrias e Hotéis**. Disponível em <http://abih.com.br>. Acesso em Jun. 2020.

ALÉN GONZÁLEZ, M. E. **Evaluación de la calidad percibida por los clientes de establecimientos termales a través del análisis de sus expectativas y percepciones**. Revista Galega de Economía, v. 13, n. 1-2, p. 0. Universidade de Santiago de Compostela Santiago de Compostela, España, juniodiciembre, 2004.

AMORIM, F.A. **Turismo e sustentabilidade: reflexões em momentos da pandemia covid-19**. Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade. 2020.

ANDRADE, José Vicente. **Turismo: fundamentos e dimensões**. 3. ed. São Paulo: Ática, 2000.

ANDRADE, N; BRITO, P. L.; JORGE, W. E. **Hotel: planejamento e projeto**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2000.

ANJOS, S. J. G. et al. **Qualidade percebida dos serviços hoteleiros de Balneário Camboriú: uma proposta de análise**. In: XXV Encontro nacional de engenharia de produção - ENEGEP, 29 out a 1 nov. 2005, Porto Alegre. Anais. Porto Alegre, Brasil, 2005.

BAPTISTA, I. **Lugares de hospitalidade**. In Dias, C. M. de M. (Ed.), Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas. Barueri: Manole, 2002.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2001.

_____. **Dimensão e Dinâmica de Clusters no Desenvolvimento Sustentável do Turismo**. Estudos Turísticos. 2003.

BRASIL. **Anuário Estatístico EMBRATUR: volume 36**. 2006. Brasília: Ministério do Turismo, EMBRATUR, 2016. Disponível em. Acesso em: 30 jul. 2008

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BORGES, M. **Explorando o uso de plataformas digitais de mídia social de empresa para co-criação com consumidores**. Tese de Doutorado, UFRGS. 2011.

Carpena DB, Bonin SM. **Turismo de Saúde: adequação, responsabilidade e ética**. In: Anais da 5º Encontro Semintur Jr. Caxias do Sul, 2014; Disponível em: https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/turismo_de_saude.pdf. Acesso em: 3 Jun 2020

CASTELLI, G. **Excelência em hotelaria: uma abordagem prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark: 2006.

CASTRO, A. C. **CLASSIFICAÇÃO HOTELEIRA: UM ESTUDO DE CASO EM UM HOTEL DE PONTA GROSSA**. Trabalho de Conclusão de Curso de Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), 2014. Disponível em <https://www2.uepg.br//turismo/wp-content/uploads/sites/21/2020/07/TCC-HOTELARIA-8.pdf>. Acesso em: 29 Mar 2021

CUNHA, L. **Turismo de Saúde: conceitos e mercados**. Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologias: estudos e ensaios, Lisboa, n.10, p. 82. 2006.

DIÁRIO DOS CAMPOS. **Terra de Riquezas – meio ambiente e sustentabilidade**: anuário socioeconômico dos Campos Gerais. Ponta Grossa: Diário dos Campos, 2013.

DIÁRIO DOS CAMPOS. **Terra de Riquezas**: anuário socioeconômico dos Campos Gerais. Ponta Grossa: Diário dos Campos, 2012.

DROPA, M. M. et al. **Patrimônio cultural em Ponta Grossa (Paraná, Brasil): articulações possíveis entre memória, história e turismo**. Publicatio UEPG: Ciências Sociais Aplicadas, v. 20, n. 1, p. 31-42, 2012.

_____. **Cartilha de Turismo**. Programa de Qualificação Profissional e Social para o Setor Turístico de Ponta Grossa. 2015.

DUARTE, V. V. **Administração de sistemas hoteleiros: Conceitos básicos**. São Paulo: Senac, 1996.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**- Debates, São Paulo: Perspectiva. 1988

FROZÉ, V. D; GIANOTTI, H. P. P e GIANOTTI, P. S. P. **Considerações sobre o Turismo de Saúde na América Latina – serviços de primeiro mundo com preços de países emergentes?** In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS - GRADUAÇÃO EM TURISMO, 2009, anais eletrônicos.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, A. C., **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008

IBGE - **Empresa Brasileira de Turismo**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/ponta-grossa/panorama>. Acesso em: 18 Out. 2020.

IBGE – **INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA**, 2000. Resultado dos Dados Preliminares do Censo – 2000. www.ibge.gov.br/cidade

Inglehart, R., & Baker, W. **Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values**. *American Sociological Review*, 65(1), 19-51. 2000. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2657288>. Acesso em: 10 Mar 2021

KONCUL, N. **Wellness: a new mode of Tourism**. Economic Research - Ekonomska istraživanja, Vol. 25, No. 2 (525 - 534), 2012.

MOYSES; J. WADA, E. **O reposicionamento de uma marca hoteleira no Brasil: um estudo de caso sobre o club med**. Dissertação de Mestrado. UAM. 2008

MTUR. Ministério do Turismo. **Pesquisa anual de conjuntura econômica do turismo**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2016.

MTUR, Ministério do Turismo. **Portaria Nº 100, DE 16 DE JUNHO DE 2011**. Disponível em: http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/downloads/portaria100_2011mtur.pdf. Acesso em 28 Mar 2021.

NETO, F. N. (coord). **Roteiro para elaboração de manual de boas práticas de fabricação (BPF) em restaurantes**. 2 ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2005.

PIRES, M. **Lazer e turismo cultural**. São Paulo: Manole, 2001,

PREFEITURA MUNICIPAL PONTA GROSSA; **Meios De Hospedagem;2019**
Disponível em: http://www.pontagrossa.pr.gov.br/files/setur/hoteis_2019.pdf
Acesso em: 18/10/20.

Ramos, A. **Lazer, Turismo e Termalismo**. Inovação e Complementaridade no Turismo de Saúde. Revista Turismo & Desenvolvimento, 9, 07-18 2008.

ROSA, L. D. & SILVA, Y.F. (2011) **Turismo de saúde: folgam viagem e bem-estar**. Jundiaí: Paco editorial.

SERSON, F. M. **Hotelaria: a Busca da Excelência**. 2. ed. São Paulo: Marcos Cobra, 2000.

SILVA, I. C. O. G. **Gestão da qualidade dos serviços em turismo de bem-estar: análise dos serviços de segmento em spas do Brasil**. Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR, Penedo, p. 99-118, jul./dez. 2016.
Disponível em: <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>>. Acesso em 28 Mar 2021.

Silva, A. C., Braga, D. C., & Romano, F. S. **Megaeventos e Turismo: um estudo bibliométrico dos periódicos brasileiros de turismo**. In: Turismo: Visão e Ação, v. 18, n. 3, p. 633-659, 2016.

SILVA, D. **Turismo de bem-estar: uma análise da reputação online dos resorts com spa do paraná**. UFPR, Curitiba. 2017.

TOMAZZONI, E. L. Bittencourt J. F. **Gestão pública do turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações**. Caxias do Sul: EDUCS, 2013.

VIEGAS F. J. & VIEGAS F. F. M. **Turismo de saúde e bem-estar no mundo: ética, excelência, segurança e sustentabilidade**. São Paulo: Senac, 2011.

VIEGAS F. J. & VIEGAS F. F. M. **SPAs, Centros Talassos e Termas:** turismo de saúde e Bem-estar. Gestão Plus. Lisboa: Pergaminho, 2008.