



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CURSO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO**

Victor Hugo da Silva

**ANALISE DA INFLUÊNCIA DOS FATORES AMBIENTAIS NO PROCESSO DE
ESCOLHA DO DESTINO TURISTICO DA CIDADE DE NATAL**

NATAL

2012

Victor Hugo da Silva

**ANALISE DA INFLUÊNCIA DOS FATORES AMBIENTAIS NO PROCESSO DE
ESCOLHA DO DESTINO TURISTICO DA CIDADE DE NATAL**

**Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado na Coordenação de Turismo
da Universidade Federal do Rio Grande
do Norte, como requisito parcial para a
obtenção do título de Bacharel em
Turismo.**

**Orientador: Márcio Marreiro das Chagas,
M.Sc.**

**NATAL
2012**

Catálogo da Publicação na Fonte.
UFRN / Biblioteca Setorial do CCSA

Silva, Vitor Hugo da.

A influência dos fatores ambientais no processo de escolha do destino turístico da Cidade do Natal/ Vitor Hugo da Silva. - Natal, RN, 2012.

103f.: il.

Orientador: Prof^o. M. Sc. Márcio Marreiro das Chagas.

Monografia (Graduação em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Turismo.

1. Turismo – Meio ambiente - Monografia. 2. Comportamento do consumidor - Monografia. 3. Sustentabilidade - Turismo - Monografia. I. Chagas, Márcio Marreiro das. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 338.484

Victor Hugo da Silva

**A INFLUÊNCIA DOS FATORES AMBIENTAIS NO PROCESSO DE ESCOLHA DO
DESTINO TURÍSTICO DA CIDADE DE NATAL**

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal do
Rio Grande do Norte, como requisito
parcial para a obtenção do título de
Bacharel em Turismo.**

06 de Junho de 2012

**Márcio Marreiro das Chagas, M.Sc. – Universidade Federal do Rio Grande do
Norte
Orientador**

**Fernando Antônio de Melo Pereira, Bel.– Universidade Federal do Rio Grande
do Norte**

Carlos Humberto Porto, M. Sc.– Universidade Federal do Rio Grande do Norte

DEDICATÓRIA

A minha mãe, Aneliza Maria da Silva por ser a melhor mãe que eu poderia ter na vida; por sempre estar ao meu lado, me apoiando e encorajando nas decisões e nos momentos mais difíceis e, acima de tudo, por me amar verdadeiramente.

A minha avó e minhas tias, Angelina Maria da Silva e Luzia Maria da Silva, por toda a educação que me deram e por me ensinarem como a vida é e que não devo desistir de nada; a melhor opção é sempre tentar até o fim, até conseguir.

Ao Professor Márcio Marreiro, meu orientador, exemplo de profissional dedicado, responsável e correto. À sua disposição nas manhãs, tardes, noites e madrugadas de orientações para a concretização deste trabalho; por sempre acreditar e me mostrar o que deve ser feito para que tudo seja alcançado e, de preferência com excelência.

A UFRN pela oportunidade de crescimento profissional e excelência de profissionais para me orientar o melhor caminho a seguir.

Aos meus amigos, José Nilson Jr, Shilton Roque, Ewerton Lima, Felipe Serrano (Vulgo Gembroso), Diego Nascimento (Vulgo Bob), Isaque Tertuliano, Pablo dos Roques (Vulgo Paul Nightz), Nemuel França, Igor Pinheiro e Jael Medeiros e minhas amigas Ollyvanna Maria, Luana Pinheiro, Tainah Oliveira, Maiara França, por todos os momentos compartilhados ao longo desses anos de amizade.

*“O nordeste é poesia,
Deus quando fez o mundo
Fez tudo com primazia,
Formando o céu e a terra
Cobertos com fantasia.
Para o sul deu a riqueza,
Para o planalto a beleza
E ao nordeste a poesia.”*
(Patativa do Assaré)

RESUMO

A atividade turística vem se consolidando cada vez mais como um dos motores do desenvolvimento em diversas localidades. A direta ligação do turismo com a população receptora, o meio ambiente e a economia local, viabiliza uma imensurável quantidade de estudos em potencial sobre determinado destino. Os avanços tecnológicos, a grande competitividade e a crescente econômica atual trazem uma nova perspectiva ao estudo da atividade turística. Há uma necessidade de adequação necessária para que o produto ofertado tenha capacidade de manter-se no mercado. Incontáveis mudanças mercadológicas e ambientais aconteceram com o passar dos anos, e junto com essas mudanças, também houveram construções e desconstruções de diversos paradigmas e tendência no que diz respeito ao turismo. O turismo verde, ou ambientalmente adequado, é uma nova abordagem sobre uma ótica ambientalista sobre as consequências da atividade turística em relação a diversas dimensões do processo de escolha do destino, do surgimento de novos segmentos e novas motivações. A notoriedade da sustentabilidade tem um papel fundamental no que diz respeito à competitividade entre os destinos. Nesse âmbito, torna-se relevante a influência da dimensão ambiental sob a ótica de respeito e valorização do meio-ambiente. Cada vez mais, é necessária a compreensão desse processo, e de como isso influencia o comportamento dos turistas. De tal forma, a identificação dos fatores que se tornam influencia no comportamento dos turistas, em um viés ambientalmente favorável, é de suma importância. Foi realizada uma pesquisa exploratório-descritiva, evidenciando a preocupação dos turistas sobre a dimensão ambiental, por mais que o comportamento dos mesmos impacte diretamente sobre o meio ambiente.

Palavras-Chave: Dimensão Ambiental. Turismo. Sustentabilidade.

ABSTRACT

The tourism industry has been consolidating more and more as an engine of development in different localities. The direct connection of tourism with the receiving population, the environment and local economy, enable an immeasurable amount of potential studies on a particular destination. Technological advances, the great competitiveness and the increase of the current economy bring a new perspective to the study of tourism. There is a need for adaptation required for the offered product to be able to remain on the market. Countless marketing and environmental changes have happened over the years, and along with these changes, there were also constructions and deconstructions of several paradigms and trends regarding tourism. The green tourism, or environmentally friendly, is a new approach to an environmental perspective on the consequences of tourism in relation to various dimensions of the process of choosing the destination, the emergence of new segments and new motivations. The notoriety of sustainability plays a key role with regard to competitiveness among destinations. In this context, the influence of the environment becomes relevant from the perspective of respect and appreciation of the environment. The understanding of this process and how it influences the behavior of tourists is increasingly important. As such, the identification of factors which influence the behavior of tourists in an environmentally favorable bias is of paramount importance. We performed an exploratory-descriptive study, emphasizing the concern of tourists on the environmental dimension, even though their behavior has a direct impact on the environment.

Key-words: Environmental Dimension. Tourism. Sustainability.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01. Critérios de destinações TUI	25
Tabela 02. Impactos ambientais do turismo.....	26
Tabela 03. Categorias da variável significado de consumidor verde e categoria de comportamento do consumo vinculada ao significado.....	28
Tabela 04. Gênero	37
Tabela 05. Idade.....	37
Tabela 06. Ocupação.....	38
Tabela 07. Renda.....	38
Tabela 08. Escolaridade.....	39

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1. Problema	10
1.2. Justificativa	13
1.3. Objetivos	16
1.3.1. Geral	16
1.3.2. Específicos	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1 Condicionantes ao processo de escolha do destino turístico.....	17
2.2 Comportamento do turista com relação ao meio ambiente.....	20
2.3 Meio ambiente, turismo e sustentabilidade.....	22
3 METODOLOGIA	30
3.1. Tipo de pesquisa	30
3.2. População e amostra	32
3.3. Coleta de dados	33
3.4. Análise de dados	34
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	36
4.1. Perfil da amostra	36
4.2. Análise do alcance dos fatores ambientais no processo de tomada de decisão do processo de escolha do destino	41
4.3 A influência da dimensão ambiental como um fator relevante para o processo de seleção do destino turístico	45
4.4. Identificar a importância da sustentabilidade no que diz respeito ao meio ambiente na cidade de Natal	48
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERENCIAS	54
APENDICES	

1. INTRODUÇÃO

1. Problema

À medida que aumenta o poder do homem sobre a natureza, e novas necessidades surgem como resultado de viver em sociedade, o meio ambiente se deteriora mais e mais. Foi o comportamento social do homem, que o levou a se comunicar através da linguagem, que mais tarde formaram a cultura humana, que difere ele de outros seres vivos. Mas enquanto eles se adaptarem ao ambiente para sobreviver, irão se adaptar e modificar os mesmos meios que forem necessários para a sua perpetuação.

Com frequência, se descobrem novas formas e fontes de poluição que afetam o meio-ambiente. Principalmente nos dias de hoje, com o desenvolvimento exacerbado de novas tecnologias e novos produtos emergentes. E isso afeta diretamente todo o sistema natural que consiste destes meios, tais como a vida selvagem, que sustentam a economia e a biodiversidade do país. Não que haja uma incompatibilidade absoluta entre o desenvolvimento tecnológico, o avanço da civilização e da manutenção do equilíbrio ecológico, mas é importante, e notório, que se saiba conviver em harmonia com o meio ambiente.

O turismo transformou-se em um dos setores mais dinâmicos e importantes da economia mundial, em particular para os países em desenvolvimento. O seu crescimento afeta não só a atividade vinculada ao turismo (principalmente o setor privado), mas também outros setores, como por exemplo: O setor de transportes.

Com grande base no setor privado, o turismo está inserido desde pequenas até as grandes empresas. Mas, é de grande importância saber o papel essencial das autoridades públicas.

O turismo é um setor extremamente importante para os países em desenvolvimento. Tudo se trata de aproveitar as oportunidades trazidas por esse fenómeno. O importante e necessário é que se planeje, para que o setor não se

desenvolva de maneira descontrolada, ameaçando o meio ambiente natural e a vida socio-cultural do lugar em questão.

As aplicações dos princípios da sustentabilidade turística estão inerentes à dicotomia existente entre a sua ampla difusão e a limitação dos progressos alcançados. A notável repercussão destes princípios na atividade turística, tem possibilitado que o paradigma da sustentabilidade fomente o debate sobre as implicações do turismo para o desenvolvimento e os seus efeitos ambientais, econômicos e socioculturais. A evolução das relações entre turismo e desenvolvimento tem reflexo direto no meio ambiente, como citado abaixo:

O ambiente é, na realidade, uma dimensão do desenvolvimento; deve, pois, ser internalizado em todos os níveis de decisão. De fato, os problemas de recursos, energia, ambiente, população e desenvolvimento só poderão ser corretamente percebidos quando examinados em suas relações mútuas, o que implica um quadro conceitual unificado de planejamento.

(SACHS, 1986-b: 10).

Segundo Chagas (2010), os fatores como qualidade de serviços, infraestrutura e facilidades turísticas entre outros parecem não pertencer mais ao grupo dos principais influenciadores da escolha por um destino. Nesse estudo, já está explícito que a qualidade de serviços, a infraestrutura e facilidades turísticas já são uma obrigação, e não um fator condicionante à atividade turística. Boullón (1985) e Beni (2000) fomentam que a grande variedade de opções e serviços podem caracterizar o tipo e oferta de um destino turístico. Já para Tinard (1996), os componentes da cadeia turística são quatro: transportes, alojamentos, alimentação e animação. Nessa mesma linha de raciocínio, Cooper *et alii* (2001) também comenta sobre os componentes comuns, de infraestrutura básica e necessários de qualquer destino turístico, dentre os quais: atrações, amenidades (hospedagem, alimentação, entretenimento, comércio e serviços), acesso e serviços auxiliares. Enquanto Andrade (2000) atribui diretamente o turismo ao sistema de locomoção e deslocamento de pessoas e informações como, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento.

Lickorish e Jenkins (2000) analisam que ao decorrer do desenvolvimento da atividade turística, acontecem alterações no turismo e no lugar. Com a inovação e

otimização dos serviços prestados de uma forma mais eficiente e eficaz. Quando acontece esse avanço socioeconômico, se torna obvio e necessário uma adaptação também da infraestrutura básica dos meios de acesso do determinado espaço, como por exemplo: bancos, alugueis de veículos, compras e atrações culturais. Os autores identificam em suas teses, que existem dois elementos-chave que poderiam influenciar diretamente na escolha do produto turístico: (1) a combinação dos serviços necessários para a viagem com o transporte e a acomodação; (2) a satisfação realizada no destino escolhido.

Em geral, a poluição ambiental no Brasil é maior do que seria esperado em um país com tantas leis ambientais. Este é o resultado da fragmentação de diferentes atores, sejam eles: municipais, federais ou nacionais, que nos levou a um quadro confuso de condições ambientais que permitam atitudes irresponsáveis. Em nosso país, análise e monitoramento do meio ambiente são praticamente inexistentes no caso da maioria das agressões ao meio ambiente. Como resultado, não há nenhuma base adequada sobre a forma de tomar decisões informadas sobre a gestão da poluição ambiental.

As cidades turísticas apontam para uma nova forma de desenvolvimento urbano. Esse desenvolvimento, centrado no consumo, impõe novas configurações econômicas, culturais e espaciais. Ao contrário das cidades características das sociedades industriais, voltadas para a produção de necessidades básicas, expressões maiores do modelo fordista (HARVEY, 1992), as cidades turísticas indicam um outro modelo. Baseado no consumo, fundado na diversão e no prazer, elas expressam, em certa medida, o modelo pós-fordista de desenvolvimento" (JÚNIOR, 1997:48).

Os problemas associados à poluição na cidade de Natal são inúmeros. O rápido crescimento populacional produziu muita pressão em vários dos recursos naturais da cidade, que por fim, acabaram sentindo os seus efeitos. Os atuais problemas de poluição, não são apenas um perigo para a saúde pública, mas também uma perda potencial de renda para o uso dos recursos do turismo.

Em um âmbito geral, é fomentada a necessidade de planejamento com base sustentável, ou seja, para que o turismo seja sustentável deverá existir um projeto de planejamento bem executado, fomentando ideais sustentáveis, esse é o mercado do futuro. A seguir, se fará uma análise das vertentes distintas sobre o meio ambiente em um viés condicionante a atividade turística. Causas socioambientais estão diretamente ligadas a escolha de um turista. Qual a influência do meio ambiente no processo de escolha da cidade de Natal?

1.2 Justificativa

Para muitas pessoas, o conceito de desenvolvimento sustentável e a conceituação de conflito são diretamente inconciliáveis. Esta percepção não corresponde com a realidade e responde a uma visão negativa do conflito que tem sido amplamente divulgado ao longo da história. Muitas utopias sociais e políticas são baseadas na crença de que era possível erradicar conflitos. Os conflitos, no entanto, são uma parte inevitável da realidade cotidiana e longe de representar um fenômeno negativo são a maneira de expressar as diferentes possibilidades de evolução que são colocadas nisso. Os conflitos são, essencialmente, a revelação de que a realidade pode fluir em uma direção ou outra em cada turno. Não é a sua existência que é negativa, mas a forma como são abordadas e os métodos se usam para tentar dar "solução" para um determinado tema. A chamada para "prevenção de conflitos" é, portanto, imprecisa: não é para prevenir a ocorrência de qualquer conflito, - o que seria impossível a qualquer momento e circunstância, mas para evitar a aproximação de sua solução destinada com ferramentas e abordagens destrutivas.

O desenvolvimento da espécie humana em nosso planeta representa um conflito com a capacidade limitada que tem de nos fornecer recursos e reciclar o nosso lixo. A capacidade de compreender a existência deste conflito é o ponto de partida para a concepção de projetos de desenvolvimento humano que sejam ambientalmente sustentáveis. Além disso, projetos de desenvolvimento que são baseados em modelos econômicos que promovem a polarização extrema de criação de riqueza e exclusão social, não são sustentáveis e tendem a gerar, nos políticos, situações de conflito de ilegalidade e violência. Temos que ver que o conflito entre os modelos socialmente excludentes de crescimento econômico, promoção dos direitos humanos e da democracia são essenciais para ser capaz de projetar modelos e políticas alternativas para o desenvolvimento sustentável.

O conceito de desenvolvimento sustentável vem alcançando uma visibilidade notória. Mas, afinal, qual seria o conceito idealista de desenvolvimento sustentável? Existe um conceito que deriva das Nações Unidas, e nesse mesmo conceito, são identificados diferentes estilos do mesmo. RODRÍGUEZ (2000) afirma:

“Se puede hablar así de, al menos, cuatro estilos de desarrollo, en particular del Desarrollo Sostenible:

El estilo neoliberal: plantea la primacía de las leyes del mercado en todos los aspectos del desarrollo. Considera por lo tanto al medio ambiente como mercancía, otorgándole precio a todos los aspectos

ambientales, privilegiando el papel de los instrumentos económicos. En general, le da una mayor importancia al crecimiento económico, como mecanismo y vía fundamental de la incorporación de la sostenibilidad al proceso de desarrollo. estilo capitalista reformista: también llamado "capitalismo verde", le presta atención básica a la implementación de tecnologías compatibles con el medio ambiente. Si bien acepta la idea de concebir al medio ambiente como mercancía, le da atención al papel del Estado como regulador y controlador, y como elemento protagónico en la implementación de los procesos de Gestión Ambiental.

El estilo comunitario: es propio de las llamadas corrientes de pensamiento de la "Ecología Profunda y la "Ecología Social" de fuerte arraigo anarquista. Asumen la incorporación de los "valores verdes" a todas las facetas de la sociedad. Preconizan una organización social centrada en la comunidad como núcleo básico. Com un reducido papel del Estado, y en la

que la misma funciona como patrón de la identidad cultural y como elemento protagónico de la apropiación de los recursos.

El estilo ecosocialista: privilegia la idea de la apropiación social de los recursos, el papel de las formas colectivas de organización socio-productiva y el rol protagónico del Estado en los procesos de Planificación y Gestión Ambiental, atribuyéndole al mercado un papel subsidiario y de regulador. Considera la introducción de los "valores verdes" y de la sostenibilidad ambiental, en completa armonía con los principios socialistas de

organización de la sociedad" (RODRÍGUEZ, 2000:4).

Nos últimos tempos, vem crescendo o número de modalidades em que o turismo se emprega, e junto com elas, fomenta-se a dialética de exploração do meio-ambiente de forma controlada. O surgimento de inúmeras modalidades de turismo nos traz uma melhor e mais ampla visão do que realmente se passa ao nosso redor.

Em antemão, se espera que o estudo fomente e traga informações importantes e essenciais sobre a influência da qualidade ambiental para a possível escolha de um destino turístico, englobando a relação de tomada de decisões dos poderes locais, estaduais e federais. E que veemente nos estimule a reflexão em um âmbito não só de pesquisa, mas também de conscientização, do espaço turístico que estamos usando incorretamente, tornando finito uma das nossas principais fontes de renda da capital potiguar.

Inúmeras teses e estudos, de grandes escritores sobre a literatura turística, são analisados nesse presente estudo. A conceituação de diferentes características, desde o grande empresariado à população receptora. Foi analisado cuidadosamente os fatores de influencia no processo de escolha da cidade de Natal. É uma nova pesquisa, e em uma área abrangente no que diz respeito ao turismo, apesar de ser pouco estudada. São afirmações como essa que trazem uma maior visão sobre essa análise. A singularidade da análise em questão estudada fomenta a percepção direta às influencias da atividade turística sobre o meio ambiente, e todas as mudanças socioeconômicas que acontecem quando se é praticada a atividade.

3. Objetivos

1.3.1 Gerais

Analisar a influência da percepção ambiental na visão comportamental dos turistas em relação ao processo escolha do destino turístico.

1.3.2 Especificos

- a. Analisar o alcance dos fatores ambientais no processo de tomada de decisão do processo de escolha do destino;
- b. Verificar a influência da dimensão ambiental como um fator relevante para o processo de seleção do destino turístico;
- c. Identificar a importância da sustentabilidade no que diz respeito ao meio ambiente na cidade de Natal.

2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

2.1 Condicionantes ao processo de escolha do destino turístico.

Com o passar dos tempos, surgem novas motivações que levam o turista a procurar determinado lugar, para determinada viagem, seja por um turismo formal, informal, ou qualquer que seja sua motivação. Motivações são as coisas que mais frequentemente mudam juntamente com o cenário mundial. E é isso que vem tornando as viagens cada vez mais populares. Hoje em dia as motivações para uma viagem são inúmeras, trabalho, religião, lazer, aventura, entre outros. Essas motivações variam de acordo com cada pessoa, são os seus motivos, e obviamente todas as pessoas têm motivações distintas “[...] as suas atitudes, percepções, de suas personalidades e de experiências prévias” (CASTRO, 1977, p.15).

Segundo Wildlife Fund (2003), o turismo é uma atividade que, quando bem planejada e bem desenvolvida é capaz de promover inúmeros benefícios às populações nativas, como a viabilização e consolidação de uma diversificada economia, gerando diversos empregos, valorização histórico-cultural, conservação ambiental, entre outros aspectos.

Em uma análise de Ruschmann (2008, p.9), o autor afirma: “O turismo contemporâneo é um grande consumidor da natureza e sua evolução, nas últimas décadas, ocorreu como consequência da “busca do verde” e da “fuga” dos tumultos dos grandes conglomerados urbanos pelas pessoas que tentam recuperar o equilíbrio psicofísico em contato com os ambientes naturais durante seu tempo de lazer”.

No que se refere a destino turístico, se denomina como um lugar onde os turistas almejam gastar o seu tempo livre, quando não estão no seu lugar de origem. Para Dias (2005, p.75) “uma destinação turística pode ser considerada uma localidade, uma região ou um país que recebe visitante que para lá se dirigem para passar um período relativamente curto”.

Segundo Vaz (1999, p.56). O produto turístico é um conjunto de benefícios que o consumidor busca em uma determinada localidade e que são usufruídos tendo como suporte estrutural um complexo de serviços oferecidos por diversas organizações. Ou seja, é de notório conhecimento que a infraestrutura básica, desde o processo de escolha, já se torna parte que influencia diretamente a escolha do destino turístico. Uma vez que os próprios meios de acesso ao destino turístico já são base essencial como infraestrutura turística e logo, como fator condicionante à escolha do destino. Informação, essa mesma que está afirmada e fomentada por Lohmann e Panosso (2008, p. 347): “O destino selecionado para ser visitado pelos turistas pode ser uma vila, uma cidade, uma região ou até mesmo um país inteiro. Um destino pode ser uma única localidade, um conjunto de múltiplos destinos ou mesmo um destino móvel, como no caso dos cruzeiros marítimos”.

Segundo Vaz (1999, p. 41), “é uma sensação ou circunstância de pressão sobre o indivíduo, que o leva a viajar. Essa pressão pode ser analisada sob três aspectos: Fonte Motivadora, Grau de Escolha e Natureza da Pressão”. Isso é dizer que existem inúmeros fatores condicionantes à escolha do destino turístico desde o ponto de vista mercadológico, desde a criação da ideia de se fazer turismo. É sabido que desde o processo de tomada de decisões, já existem fatores e necessidades que já vem juntos com a ideia de se fazer turismo, de se escolher um destino turístico desejável.

Em geral, a resposta para esse grande dilema do mercado turístico, é direta e indiretamente favorável para o planejamento de diversas segmentações do turismo, uma vez que existem incontáveis motivações possíveis para a escolha de um determinado destino. Segundo Swarbrooke (2002), devem-se levar em conta alguns aspectos do indivíduo, por exemplo, os aspectos físicos, culturais, status, desenvolvimento pessoal, emocionais e pessoais. Outros fatores que se deve observar são:

- a) a personalidade e o estilo de vida do turista potencial;
- b) suas experiências passadas;
- c) a pessoa com quem está planejando tirar férias;

- d) suas características demográficas;
- e) a antecedência com que são feitas as reservas para a viagem

É evidente que todas as pessoas têm motivos distintos para realizar o seu deslocamento, sejam motivos culturais, econômicos, sociais, ou outros dos inúmeros fatores condicionantes à atividade turística. Os motivos e causas para o deslocamento do turista mudam com o tempo, acompanham as mudanças da vida, e isso nos traz essa imensa quantidade de possibilidades de escolhas e motivações.

Segundo Vaz (1999) a escolha de um entre vários destinos do tipo sol e praia vai depender de uma comparação de qualidade entre diversas localidades com praia, da beleza natural, da limpeza, da maior tranquilidade ou agitações urbanas. Ou seja, a predefinição do público-alvo de um determinado destino é diretamente ligada às características do produto turístico que se está sendo vendido. Desse modo, se faz importante à avaliação, a partir de seus atrativos, para assim, poder saber como melhor ofertar, aperfeiçoar, e fomentar o melhor planejamento e execução dos serviços que atendem determinada localidade. É um modo de auto avaliação se faz disponível apenas com base em uma visão holística sobre o destino turístico em questão.

De acordo Junior (2004):

Idade, renda, educação e outras informações demográficas fornecem uma visão dos consumidores de determinados serviços, mas quase nunca explicam o motivo de um turista escolher um destino em vez de outro, optar por uma operadora turística e não outras. As estatísticas não podem explicar a razão de duas famílias, muitas vezes residindo na mesma rua e com idênticas características demográficas, terem uma conduta tão distinta em suas viagens.

Pode-se notar e avaliar que tanto Swabrooke (2002) quanto Waechter Junior (2004), entram em consenso comum, em que existem inúmeras variáveis e possibilidades, que por mais que aprofunde em pesquisas, sempre se tornará difícil a definição de um motivo, que seja para base para a afirmação sobre qual é o real motivo para a escolha de um determinado destino turístico. Isso se deve a inúmeros fatores, seja eles sociais, culturais, econômicos ou outros. A conclusão que os dois autores conseguiram enxergar é que todas essas mudanças no modo de pensar e de agir que são os reais determinantes para a real motivação da escolha de um destino turístico.

2.2 Comportamento do turista com relação ao meio ambiente

É notável que o turismo é uma atividade econômica geradora de renda, de fortes características socioeconômicas, dentre outras. O turismo é um motor do desenvolvimento. No turismo, assim como em outra área, se busca o aperfeiçoamento, e melhorias notáveis, para que os serviços sejam prestados com uma melhor eficiência. Faz-se necessário a excelência e eficácia da reprodução dos serviços. Melhores serviços geram melhores perspectivas. É o rumo natural das coisas. As empresas têm a necessidade de saber as motivações das tomadas de decisões e das escolhas dos seus clientes. Isso torna acessível à empresa a possibilidade de oferta de um melhor e mais adequado produto ao seu público-alvo, de um melhor modo.

Atualmente, está surgindo uma nova denominação, chamada de “turista verde”. Essa terminação é naturalmente ligada ao meio ambiente e a forma de consumo dos produtos turísticos, apesar de ser pouca a ênfase efetiva dessa preocupação com o lado ambiental pelo lado do turista.

Segundo Swarbrooke e Horner (2002) entre meados das décadas de 80 e 90, do século XX, se deu o aparecimento da ideia da existência de uma espécie de consumidor verde, que levam em conta fatores ambientais e ecológicos que podem influenciar diretamente na escolha e tomada de decisão para a compra de um determinado produto. São notáveis os fatores que podem influenciar diretamente o turista verde, como por exemplo: a) mídia; b) grupos de pressão; c) governos; d) experiência pelos turistas dos impactos negativos do turismo sobre o ambiente; e) indústria. Embora, na verdade, sejam poucos os turistas que baseiam suas escolhas no que está relacionado ao quesito meio-ambiente e o lado ecológico. Swarbrooke e Horner (2002) exemplificam dizendo:

[...] são poucos os que escolhem uma companhia aérea motivados pela eficácia de suas práticas de gerenciamento ambiental; boicotam hotéis que não reciclam seus detritos ou cujos produtos de *toilette* tenham sido testados em animais; campanhas contra edificações de novos parques temáticos e unidades de acomodações que destruam os habitats da vida selvagem (2002, p.85)

O que se faz perceber é que esse mesmo tipo de turista pode ser influenciado de outras inúmeras formas, e tendo noção desse fato social, se torna necessário o investimento em todos esses segmentos que podem, sim, influenciar diretamente no processo de escolha do destino turístico.

Segundo Marinho e Martins (2010): identificou-se uma seleção de questões que se supõe de interesse dos turistas verdes:

- a) transporte;
- b) atividades esportivas;
- c) novas construções;
- d) práticas operacionais de organizações de turismo;
- e) poluição;
- f) uso de recursos;
- g) conservação;
- h) vida selvagem

Swarbrooke e Horner (2002) fomentam uma série de fatores que podem influenciar para que o turista tenha um comportamento ambiental mais adequado:

- a) informações obtidas da mídia e de grupos de pressão;
- b) volume de renda disponível, outras preocupações como o abastecimento doméstico insuficiente ou desemprego;
- c) experiência pessoal anterior ou de amigos e parentes;
- d) posse ou não de automóvel particular;

- e) interesse em questões particulares como o bem estar dos animais ou atividades como cavalgada ou montanhismo;
- f) preferências por determinados tipos de férias – praia, visitas a pontos turísticos, excursões – e diferentes destinações;
- g) ação junto a determinados grupos de pressão ambiental e organizações de conservação como o *Greenpeace* e o *National Trust*;
- h) conselhos recebidos da própria indústria, especialmente de operadoras de viagens.

Inúmeras vezes se fomentam que esse tipo em potencial de turista, ainda é um pequeno número, e para que seja feita uma análise precisa, é necessário uma quantidade bem maior de variáveis, para que se torne capaz de ser identificado e se possam dizer seus interesses. Estudos também ressaltam que o número de turistas verdes é um número que tende a crescer mais e mais, na medida em que cada vez mais, as pessoas possam refletir um pouco mais sobre questões ambientais.

2.3 Meio ambiente, turismo e sustentabilidade.

O turismo sustentável, no que diz respeito aos destinos, significa planejar e certificar que em um futuro próximo, a destino continuará a ser explorado com devida cautela, e que se torne assim um consumo controlado, e que o mesmo tenha em vista um desenvolvimento em longo prazo. (SWARBROOKE, 2000, p.67).

A problemática ambiental é um problema eminentemente social, que é causado por um conjunto de processos sociais (Leff, 2000) e, de tal modo, só vieram à tona porque, como ambientes criados, não se encontram alheio à vida social humana, mas são completamente penetrados e reordenados por ela, confundindo atualmente o que é “natural” com o que é “social” (Giddens, 1990; Beck, 1997).

Segundo Andler (1987), as características de uma atividade, podendo ser de distintos ramos, que é formalizada sobre o conceito de problema, não pode ser aperfeiçoada permanentemente sem o conceito de solução. Essa formalização

certamente está aplicada a problemas ambientais, seja reais ou potenciais, que influenciam todo o planeta.

Considerando a especulação de Schackley *et al.* (1996), que afirma que as considerações dominantes de um realismo ambiental, que, no âmbito das ciências naturais e engenharias, analisam inúmeros efeitos sobre as construções sociais que englobam os problemas ambientais. A ideia fomentada por Giddens (1990) diz que, as condições de modernidade e o mundo social em hipótese alguma podem tornar-se um ambiente natural estável, no que diz respeito ao seu modo e funcionamento.

Segundo Ruschmann (2008), o planejamento turístico é de caráter essencial e indispensável para o desenvolvimento de forma equilibrada e em harmonia direta com os recursos sociais, culturais e físicos de uma determinada região, para que se evite a destruição das bases essenciais que fomentam e viabilizam a atividade turística. Ações planejadas, em um âmbito científico, fomentando um viés com vistas em um desenvolvimento sustentável do turismo, acarretariam uma evolução adequada tanto para os empresários, quanto para as populações receptoras.

Muito se discute no Brasil, a viabilidade do turismo “ecológico” ou “ambiental”, uma vez que são inúmeras as modalidades de turismo criadas, associadas a um caráter econômico, visando a chegada de turistas estrangeiros de países desenvolvidos, visando mais o lado financeiro do que como uma alternativa para a preservação da atividade turística natural do lugar.

Na visão de Ruschmann (2008, p.19), “A inter-relação entre o turismo e meio ambiente é incontestável, uma vez que este último constitui a “matéria-prima” da atividade. A deterioração das condições de vida nos grandes conglomerados urbanos faz com que um número cada vez maior de pessoas procure, nas férias e nos fins de semana, as regiões com belezas naturais. O contato com a natureza constitui, atualmente, umas das maiores motivações das viagens de lazer e as consequências do fluxo em massa de turistas para esses locais –extremamente sensível, tais como as praias e as montanhas –devem necessariamente ser avaliadas e seus efeitos negativos, evitados, antes que esse valioso patrimônio da humanidade se degrade irremediavelmente”.

Segundo a (OMT, 2001) os turistas são indivíduos que se trasladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24 horas e menor que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados. O entorno habitual de uma pessoa consiste em certa área ao redor de seu lugar de residência mais todos aqueles lugares que o indivíduo visita frequentemente.

O turista “consome” produtos e serviços turísticos de uma determinada localidade, ele é um agente externo ao local. É por meio do turista que o turismo desenvolve. O turista modifica o local em que está interagindo, com sua cultura, suas idéias, suas opiniões. A comunidade receptora também se faz necessária de deter além de uma infraestrutura básica, a participação ativa da população local. “Quando a comunidade não é favorável ao desenvolvimento da atividade turística, ela não será uma boa anfitriã nem fará esforços para divulgar a localidade e, conseqüentemente, o turista terá provavelmente uma experiência pouco agradável” (ZECHNER; ALVES; SAMPAIO, 2008, p. 35). Se a comunidade não interagir juntamente com a atividade turística, ela pode também gerar um aspecto negativo no condizente a expectativas geradas sobre o local. O turista pode não se satisfazer, e o pior, pode comentar com amigos, colegas de trabalho, gerando um marketing negativo para o destino turístico.

Segundo Lemos (2010, p. 248), “Há de se ter em conta que nenhum destino se mantém no auge eternamente. Turismo também tem relação com modismos e inovações, como outros produtos”, esse mesmo ponto de vista é fomentado por Mota (2001, p. 82), quando afirma: “a demanda turística é muito sensível às condições sociopolíticas e às mudanças de moda e status em viagens”. Dessa maneira, um destino turístico somente conseguirá extrapolar o nível de lugar com um determinado potencial turístico quando for mais bem configurado o produto turístico, e que seja mantida como tal quando são oferecidos os produtos e serviços que possuam a capacidade de trazer realização e satisfação a um ou mais segmentos da demanda turística. Quando não o faz corre o risco de tornar-se vulnerável à concorrência, entrando na fase de declínio preconizada por Butler (1991).

Segundo Swarbrooke (2000) a grande problemática do turismo sustentável se presencia na administração da atividade turística em determinadas destinações de

tal modo que sejam maximizados os impactos positivos e sejam minimizados os impactos negativos. Nesse mesmo âmbito, Marinho e Martins (2010) afirmam que a atividade turística está ligada diretamente ao meio ambiente natural e nem todas às vezes se farão possíveis às praticas do turismo sem a degradação do meio ambiente, “produção e contaminação ambiental são indissociáveis: a solução reside em como planejar a atividade produtora para que se minimize o efeito negativo no ambiente” (FERRETTI, 2002, p.38). A seguir, uma tabela explicitando alguns critérios base sobre destinações:

Tabela 1: Critérios de destinações TUI

CRITÉRIOS DE DESTINAÇÕES TUI
Qualidade das praias e balneários;
Fornecimento de água e medidas para economizá-la;
Descarte e utilização de águas servidas;
Descarte, reciclagem e prevenção de resíduos sólidos;
Suprimento de energia e medidas para economizá-la;
Tráfego, ar, ruído e clima;
Paisagem e meio ambiente construído;
Preservação da natureza, preservação das espécies e bem estar dos animais;
Informação sobre meio ambiente e oferecimentos;
Política de meio ambiente e atividades

Affolter (2003) afirma que a consciência cresce naturalmente no que diz respeito à segurança e bem-estar dos turistas. O autor explica que existem determinados perigos e riscos quando se realiza uma viagem, e muitos desses não podem ser completamente eliminados. Mas, se faz notório que hoje em dia, já não

existe mais uma tolerância e a disposição em aceitar erros como tempos atrás. O mercado está cada vez mais competitivo e isso pode se tornar uma janela de oportunidade para outras empresas. Butler e Jones (2003) dizem que a questão sobre o comportamento humano não é se basear em riscos reais, e sim na percepção dos riscos. Entretanto, enquanto os turistas parecem preocupar-se mais com desastres, que, em termos de probabilidade, causarão menos efeitos. O setor parece não se preocupar, ou não quer parecer preocupado”. (BUTLER; JONES, 2003, p. 318).

Segundo Panosso (2005,), as motivações turísticas agora incluem:

- Ampliação dos próprios horizontes, vontade de conhecer e disposição para enfrentar novas experiências;
- Reflexão e volta às coisas simples e à natureza;
- Desejo de intercâmbio com outras culturas; e
- Criatividade pessoal na definição da viagem.

Romeiro (2006, p.29) fomenta que com o passar dos tempos, as exigências do consumidor se tornam cada vez mais sofisticadas, o nível de qualidade exigido é cada vez maior e cada vez mais necessário, principalmente no que diz respeito ao processo de decisão de compra: Cada vez mais exigente com qualidade, cada vez mais cético no que diz respeito aos apelos com propaganda, e mais dispostos a realizar e formalizar reclamações em frente a resultados indesejados e insatisfatórios sobre o processo de decisão e compra.

Logo, o turista dos tempos modernos é um turista que reduz exacerbadamente a relação da polaridade entre trabalho e diversão, o que era característica em outros tempos do turista convencional industrial. Que se façam as necessidades não apenas só trabalho, e não somente apenas diversão. É um novo tipo de turista, que busca valores, que permitam o crescimento em diversas as áreas da existência, que se faça possível além do entendimento, que se possa entreter. (PANOSSO, 2005).

Lohmann e Panosso (2008, p. 212) fomentam e reconhecem que os impactos ambientais são cumulativos. Os impactos ambientais são fatores importantes para a melhoria do desenvolvimento do turismo. O reconhecimento da atividade turística é base para o reconhecimento e de grande importância para o planejamento e diminuição dos danos causados pela atividade turística. Na Tabela a seguir estão relacionados alguns impactos ambientais do turismo.

Tabela 02: IMPACTOS AMBIENTAIS DO TURISMO

Positivos	Negativos
Conscientização da importância da preservação ambiental.	Contaminação das nascentes de água pelas atividades relacionadas
Muitas vezes, ganha-se mais dinheiro preservando a floresta para ser usada como atrativo turístico do que desmatando a área para cultivo agropecuário.	Diminuição dos espaços verdes, que passam a ser destinados à construção de infraestrutura turística.
Por meio das taxas cobradas, as unidades de conservação podem investir em infraestrutura e treinamento de recursos humanos.	Uso inadequado do solo propiciado pelos empreendimentos turísticos mal planejados.
Valorização da natureza tanto do ponto de vista econômico como paisagístico.	Transformação do espaço físico dos destinos, que passam a ser orientados apenas para o turismo.
Estímulo à preservação ambiental.	Verticalização dos centros urbanos impulsionados pela pressão imobiliária.
	Erosões em trilhas de turismo.
	Transformação da paisagem.

Fonte: Lohmann e Panosso, 2008

As mudanças no meio ambiente global nos últimos anos estão originando um novo paradigma ambiental, no que diz respeito à tomada de decisões, em um âmbito

mais abrangente e integrado ao negócio e ao social. Nessa mesma linha de pensamento, Elkington (2001) cita:

- Os mercados ganham espaço no campo de agentes e decisões econômicas/ sociais, e a competição se aprofunda entre as empresas;
- Está ocorrendo uma mudança de valores, privilegiando dentre outros a qualidade (frente à quantidade), o longo prazo e a solidariedade;
- Está crescendo o grau de abertura e transparência, em uma sociedade cada vez mais exposta;
- Há uma mudança de enfoque de análises ambientais pontuais para análises de ciclo de vida dos produtos.

A competitividade do mercado turístico traz a necessidade de adaptação de determinados produtos e determinadas empresas. Com essa nova onda do “turista verde”, esse novo grupo orientado pelo comportamento de consumo ambientalmente favorável, se faz necessária à adequação da atividade para esse novo segmento. Esse novo comportamento do turista torna necessário a adaptação das empresas ao mercado, para que venha a existir uma longevidade saudável da mesma. Na tabela 03, podem-se evidenciar melhor algumas características sobre necessidades do turista verde.

Tabela 03: Categorias da variável significado de consumidor verde e categoria de comportamento do consumo vinculada ao significado.

Significados para o termo consumidor verde	Categoria de comportamento de consumo vinculada ao significado
1. Consumidores que não tem muito que fazer e, então, ocupam-se com causas da natureza.	1. Não explicitação de um comportamento de consumo diretamente.
2. São consumidores que fazem passeios ecológicos, curtem a natureza.	2. Explicitação de um comportamento que não implica doação de tempo e esforço pessoal.
3. São consumidores que têm renda mais alta e sonham com um mundo	3. Explicitação de um comportamento com

melhor.	esforço pessoal
4. São consumidores que têm como hábito consumir apenas produtos naturais.	4.Explicitação de um comportamento com sacrifício do consumo associado à intenção de preservação ambiental.
5. São consumidores que somente compram produtos após avaliar se eles causam um impacto mínimo ao meio ambiente.	5.Explicitação de um comportamento de consumo ambientalmente mais favorável segundo a orientação de consumir de forma diferente em vez de reduzir o consumo.
6. São consumidores dispostos a comprar produtos menos eficientes ou pagar mais por produtos, desde que causem menos impacto ao meio ambiente.	

Existe, em muitos países, uma nova tendência no que diz respeito a turismo e meio ambiente. Questões ambientais ou “verdes” cada vez mais vêm ganhando um respaldo maior no que diz respeito à opinião pública. São questões como o aquecimento global, da conservação da vida selvagem, dos alimentos orgânicos, da poluição e da reciclagem de produtos (SWARBROOKE; HORNER, 2002).

Com essa nova vertente sobre o pensamento do turista, foi denominada uma nova espécie ou modalidade, o chamado “turista verde”, que são consumidores que tem os interesses orientados por questões ambientais. Os mesmos procuram produtos desenvolvidos com a preocupação da não agressão ao meio ambiente, que se torne possível a minimização do impacto desses produtos sobre o meio ambiente. Esses são os denominados “produtos-verdes” que tem como característica principal o fomento de atitudes ambientais favoráveis à preservação do meio ambiente. E sobre uma ótica mercadológica, as tomadas de decisões sobre esses temas são chamadas de “marketing verde” (SCHIFFMAN; KANUK, 2000, p. 443).

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 Tipo de pesquisa

O estudo em questão visa investigar a influência da dimensão ambiental quanto ao processo de escolha de um determinado destino turístico, fazendo relação com o grau de importância atribuído aos indicadores de sustentabilidade. Com a ideia de verificar a possível existência do determinado “consumo verde” ou consumo ambientalmente responsável no que diz respeito às atitudes dos turistas analisados em questão. Nesse âmbito, este estudo se caracteriza como exploratório-descritivo no que diz respeito aos objetivos tendo como enfoque analítico-qualitativo.

Os objetivos deste estudo estão caracterizados como uma pesquisa exploratória. Segundo Gil (2006) consiste em familiarizar-se com um assunto ainda pouco conhecido, pouco explorado com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Para (2006), o foco desse tipo de pesquisa é o aprimoramento e descobertas de ideias e intuições, respectivamente. Assim sendo, ao final dessa pesquisa, se fez possível uma análise sobre o objeto de estudo, e desse modo, o pesquisador será competente para construir novas ideias.

A pesquisa qualitativa não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise dos dados, envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo (GODOY, 1995, p.58).

Segundo Dencker (1998), o caráter descritivo busca a relação entre o conceito de exploratório, articulando a pesquisa de maneira bibliográfica e documental, até mesmo estabelecimento de outras relações.

Segundo Lopes (1997) a descrição é a ponte entre a fase de observação dos dados e a fase de interpretação. Nesse âmbito, se faz necessário a combinação de técnicas e métodos de análise. Segundo o autor, a descrição implica em:

- Tratamento estatístico, ou seja, fazer tabulações para encontrar concentrações, frequências e tendências na documentação coletada;
- Assegurar o domínio sobre a massa de dados coletados, identificando e selecionando fatos de significação para o tratamento analítico;
- Conseguir um conhecimento prévio das possibilidades da documentação, em relação aos objetivos da investigação.

Dessa maneira, as pesquisas descritivas e exploratórias são frequentemente realizadas por pesquisadores que fomentam a atuação prática, que tem uma visão sociocultural sobre o tema que está sendo investigado, segundo o autor Gil (1991). A intenção dessa investigação é a estudar a possibilidade de desenvolvimento da atividade turística em um viés ambiental. Que o consumo verde seja possível, e que se torne uma vantagem competitiva e sustentável.

Sobre a ótica de Santos (1994), o método analítico utilizado foi quantitativo, fielmente demonstrado pela caracterização da permissão de um conhecimento objetivo da realidade e da facilitação de sistematização dos dados em questão, não sendo restrito à estatística.

A pesquisa qualitativa não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise dos dados, envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo (GODOY, 1995, p.58).

A caracterização da investigação feita pelo presente estudo também pode ser considerada do tipo *Survey* (modelo de levantamento de dados). Sousa e Silva (2006) fomentam a ideia da análise das características fenomenológicas e a avaliação das variáveis-chaves em questão, pelas informações conseguidas sobre um determinado problema que necessita uma determinada resposta.

3.2 População e amostra

Perrien, Chéron & Zins (1984) consideram que o processo de amostragem é composto pela definição da população-alvo, pelo contexto de amostragem, pela unidade de amostragem, pelo método de amostragem, pelo tamanho da amostra e pela seleção da amostra ou pela execução do processo de amostragem. Nessa mesma linha de raciocínio, é definida a população alvo em relação à função do contexto de amostragem. A análise necessita que seja delimitada uma unidade de cálculo e método de acordo com o tamanho da amostra.

Uma vez que população é maior que o estipulado para uma investigação, faz-se necessária a escolha de uma determinada parte da população para a avaliação, uma vez que mesma toma números exorbitantes que não fariam jus a esta determinada investigação. Ou seja, é escolhida uma porção da população para ser observada e analisada com a finalidade de avaliar as características do universo da amostra em questão.

Já no que diz respeito à amostragem do estudo, existem dois tipos de desenvolvimento que, segundo Vergara (2004, p. 50) consiste em:

Probabilísticas, baseada em procedimentos estatísticos, e não probabilísticas. Na probabilística, cada elemento da população tem uma probabilidade determinada, o que permite conhecer o intervalo de confiança da amostra e sua margem de erro. Nas amostragens não probabilísticas, o pesquisador escolhe pessoas a serem entrevistadas.

Nesse âmbito, foi desenvolvida uma investigação direcionada a Cidade de Natal, capital do Estado do Rio Grande do Norte. O público-alvo desta investigação foi o denominado “consumidor verde”, ou seja, aqueles turistas que visam com mais atenção o lado ambiental de suas escolhas. São esses mesmos turistas que vêm à cidade de Natal buscando uma conexão mais próxima com a natureza, visando à ideia de sua conscientização natural, aliada com as diversas e distintas belezas naturais proporcionadas pela belíssima cidade de Natal.

Seguindo essa linha de raciocínio, a quantidade de turistas que foram entrevistados nessa investigação, chegou a dez turistas. E esse mesmo número foi definido como amostra final da investigação. A coleta ocorreu no mês de Maio de 2012.

3. Coleta de Dados

No estudo, os dados foram obtidos mediante a utilização de um roteiro de entrevistas semi-estruturadas (Apêndice A), ambas contendo 12 (doze) questões, não exigindo rigidez no roteiro aplicado que, de acordo com Minayo (2007), consiste na técnica mais utilizada no processo de trabalho de campo, conseguindo tanto dados de natureza subjetiva, quanto objetiva.

Seguindo a linha de raciocínio de Mattos (2005), na entrevista semiestruturada, o pesquisador (entrevistador) possui um roteiro com questões ou tópicos a serem respondidos, com certo grau de flexibilidade, em que as questões não precisam seguir uma sequência fixa, visto que no percurso poderão surgir novas questões a serem formuladas.

De tal modo, os dados coletados contaram com a utilização da observação direta, uma vez que o pesquisador está diretamente ligado e mantém uma relação com o objeto de estudo. Foram escolhidos estes meios, desde o momento em que a pesquisa foi considerada profunda e meticulosa, rica em detalhes, necessitando-se tempo para uma melhor análise do objeto estudado, que resultou na riqueza de conhecimentos e eficácia nos resultados.

3. Análise dos dados

Foi realizada a resolução dos dados a partir da análise de conteúdo, que é um conjunto de instrumentos metodológicos aplicados a diferentes “discursos” quando se busca ir além de breves significados. Segundo Bardin (1994, p.42), essa análise é definida como:

[...] um conjunto de técnicas de análise da comunicação visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das

mensagens, indicadores (qualitativos ou não) que permitem a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens.

Dessa maneira, segundo Bardin (1994), a análise do conteúdo se divide em três partes: Pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

Nesse presente estudo, na primeira parte foram realizadas pesquisas bibliográficas para o melhor embasamento da elaboração do roteiro utilizado, para que fossem melhores definidas as questões essenciais para a resolução dos objetivos pré-estabelecidos; na segunda parte foram realizadas entrevistas; e na terceira parte, foram realizadas as análises dos dados obtidos, para que esses mesmos fossem transformados em significados para o estudo. De tal modo, este presente estudo procurou analisar a interpretação e reflexão dos dados, que depois de analisados e organizados, fornecerem informações essenciais para o concretização deste estudo.

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para que seja feita a análise dos resultados das informações obtidas nesse estudo é importante e relevante que se constitua três linhas de raciocínio onde, especificamente, sejam considerados três conjuntos de análise a partir das respostas coletadas e da análise das respostas de todos os instrumentos, que são elas:

- a. Analisar o alcance dos fatores ambientais no processo de tomada de decisão do processo de escolha do destino;
- b. Verificar a influência da dimensão ambiental como um fator relevante para o processo de seleção do destino turístico;
- c. Identificar a importância da sustentabilidade no que diz respeito ao meio ambiente na cidade de Natal.

Nesse âmbito, se fazem presentes nessa análise, a diversificação socioeconômica e cultura de um determinado grupo seletivo de turistas que foi entrevistado, trazendo outra perspectiva ao estudo, citando tanto os pontos negativos quanto os positivos que formaram a base para a discussão para a análise em estudo. De tal modo, é também uma proposta e fonte de contribuição científica sobre o tema abordado, introduzindo novos paradigmas, que inseridos em um novo tema.

1. Perfil da amostra

No presente estudo, foi entrevistada uma quantidade de turistas que corresponde a uma amostra de 10(dez) pessoas, tanto do gênero feminino quanto do masculino.

Tabela 04: Gênero

Gênero	Número de entrevistados
Masculino	7
Feminino	3
<u>Total</u>	10

De todos os entrevistados, também foi feita uma relação por idade, como pode ser observado na tabela 05.

Tabela 05: Idade

Idade	Entrevistados
14-17	-
18-25	4
26-35	5
36-50	1
51-65	-
Acima de 65	-
<u>Total</u>	10

Como observado na Tabela 05, à maioria dos turistas entrevistados, estão na faixa etária entre os 26 e 35 anos. É visível a ascensão do público dessa faixa etária em geral, devido a facilidades econômicas que são trazidas com o tempo. O que pode, ou não, estar diretamente ligado a uma possível melhoria na qualidade de vida.

Fez-se uma análise das ocupações dos entrevistados, visando buscar uma melhor compreensão sobre o estudo. Busca-se também a compreensão e conhecimento dos entrevistados pelo lado socioeconômico, que se baseou dentro de suas ocupações e sua renda.

Tabela 06: Ocupação

Ocupação	Entrevistados
Empregado	6
Estudante	3
Desempregado	-
Aposentado	-
Autônomo	1
<u>Total</u>	10

Sobre uma ótica econômica, quem é detentor de maior capital, está mais disposto a fazer o uso do mesmo, tem um maior do poder de compra. Isso é o que fica presente quando se analisa os entrevistados. Mais da metade dos turistas entrevistados são empregados. E pode-se fazer uma relação direta que, por consequência de seu trabalho, detenham um maior poder aquisitivo que pode ser usado de distintas maneiras, no caso do nosso estudo, usado para a prática da atividade turística.

Analisa-se também, em um lado economicista a renda total do entrevistado, explicita na tabela 07.

Tabela 07: Renda

Renda	Entrevistados
Até 545 R\$	-
546-1.090 R\$	1
1.091-2.180 R\$	4
2.181-4.360 R\$	4
4.361-8.720 R\$	1
8.720-17.440 R\$	-
Acima de 17.441 R\$	-
<u>Total</u>	10

Seguindo a mesma linha de raciocínio que se faz presente nesse estudo, analisa-se a partir dos dados adquiridos pela pesquisa feita em campo, demonstrados na tabela 07, sobre esse determinado tema, que o fator econômico influencia diretamente no que diz respeito à realização de uma viagem em potencial. Caracteriza-se que o uma determinada pessoa, com um maior poder aquisitivo está mais disposta a viajar, a fazer turismo, de acordo com o tema que se fomenta nesse presente estudo. Essa informação fica explícita nesse estudo, quando é realizada a análise sobre a renda dos entrevistados.

O nível de escolaridade também é estudado e analisado, para que se torne possível uma percepção social desse estudo, e não se foque apenas no lado econômico da atividade turística, demonstrado na tabela 08.

Tabela 08: Escolaridade

Escolaridade	Entrevistados
Nível fundamental	-
Nível médio	3
Nível Superior	5
Pós-graduado	2
<u>Total</u>	10

Como ressaltado na tabela 08, a escolaridade pode não influenciar diretamente na aquisição de dinheiro ou no poder de troca do capital, mas influencia na viabilização da possibilidade de inserção na camada econômica, por meio da entrada no mercado de trabalho, quando se consegue um emprego que proporcione um poder aquisitivo maior. Em suma-análise, 70% dos turistas entrevistados tem entre nível superior e pós-graduação, o que demonstra uma qualificação pessoal a nível socioeconômico, e traz diretamente a possibilidade de encontrar um emprego, que traga melhores condições econômicas ao mesmo. E muitos desses empregos, que viabilizam a aquisição de um grande capital, se tornam mais fáceis uma vez que você seja mais bem qualificado.

Busca-se juntamente com os outros dados, o conhecimento sobre o status do entrevistado, a nível que as informações adquiridas possam ajudar a ter uma melhor compreensão do tema. Nessa linha de raciocínio, observamos a tabela 09.

Tabela 09: Status

Status	Entrevistados
Solteiro	7
Casado	1

Divorciado	2
Outros	-
Total	10

Com base na tabela 09, os turistas entrevistados, 70% são solteiros. Uma maioria significativa para que seja estudada essa análise. É notável, nesse presente estudo, que pessoas solteiras estão mais predispostas a viajar, uma vez que possivelmente estão menos apegadas, no que diz respeito a questões sobre um relacionamento familiar, que inclui esposa ou marido, filhos, dentre outros, que pessoas casadas, que pode conseqüentemente arcar com um maior custo realizado antes, durante e depois da viagem. Na análise do desse estudo, se presencia isso, mas que fique ciente que é um estudo singular, e que não necessariamente pode ser aplicado a outras regras em geral, para que não haja uma generalização dessa análise. Faz-se presente e foi analisado que as pessoas solteiras estão mais predispostas a viajar.

Foi realizada uma análise dos estados de residência de origem dos turistas entrevistados, para que se possa ter uma melhor visão sobre o ambiente estudado. Ambiente esse, que foi visto por diversas pessoas, de diferentes estados, e distintas culturas, fomentado na tabela 10.

Tabela 10: Estado de residência

Estado de residência	Entrevistados
Amazonas	2
Bahia	1

Ceará	1
Espirito Santo	1
Recife	2
Rio de Janeiro	1
Rio Grande do Sul	1
Sergipe	1
<u>Total</u>	10

Na tabela 10 se pode analisar diretamente a relação entre turismo e espaço geográfico, no que diz respeito à localização geográfica. Exatos 50% dos turistas entrevistados são de origem nordestina. Não se pode afirmar que a localização geográfica de Natal influenciou diretamente no processo de escolha do destino, mas nesse estudo, se faz presente que metade dos entrevistados são do nordeste, e escolheram uma cidade da mesma região para realizar turismo. Sim, existem facilidades naturais e econômicas que viabilizam a realização da atividade turística em um âmbito interno, no que diz respeito a região nordeste, como por exemplo:

- a. Baixo custo de passagem, seja aéreo ou por veículos terrestres, devido ao destino ser favorecido pela proximidade.
- b. Acessibilidade do conhecimento prévio de um determinado lugar, originado por questões geográficas de relações de proximidade.

4.2 Análise do alcance dos fatores ambientais no processo de tomada de decisão do processo de escolha do destino.

As facilidades geradas pela industrialização e urbanização, são questões chave, que podem ser discutidas no processo de escolha de um determinado destino turístico. A facilidade do uso da internet está disponibilizando uma maior informação

sobre o determinado destino no qual se deseja viajar. As informações sobre o destino proporcionam uma melhoria viável no processo de escolha, uma vez que se obtêm mais informações, pode-se ter uma melhor perspectiva.

Segundo Vaz (1999) a escolha de um entre vários destinos do tipo sol e praia vai depender de uma comparação de qualidade entre diversas localidades com praia, da beleza natural, da limpeza, da maior tranquilidade ou agitações urbanas.

A meio ambiente está diretamente ligado á atividade turística. Os pontos positivos e negativos, num âmbito ambiental, pode sim, influenciar diretamente no processo de escolha do lugar em que se deseja realizar a atividade turística.

Procuro na internet imagens e comentários sobre o lugar que quero passar as férias, não me preocupo muito com o fator ambiental. Diretamente, é claro. Se aqui tivesse um caos, cheio desses problemas ambientais que tem em outros estados, eu provavelmente não estaria aqui. (ANNA MARIA, 2012)

Cara, eu gosto um pouco de procurar na internet ou, até mesmo, me informar com amigos e parentes que conheçam o local. Quanto ao clima, eu procuro lugares mais quentes e praias... Acho que isso pode ser uma influência. (PEDRO QUEIROGA, 2012)

A internet está facilitando o acesso dos turistas à informação sobre um determinado lugar, viabilizando um conhecimento mais abrangente no que diz respeito à caracterização de uma localidade. A influência da mesma está fomentada em discursões pertinentes obtidas nesse roteiro de entrevista.

Pelo fato de eu ter muitos amigos em todo o país, eu busco informações através deles pelas redes sociais. Rapaz, o fator ambiental não tem muita influência na minha escolha. (IGOR PINHEIRO, 2012)

A ascensão das redes sociais também viabiliza conhecimentos uma sobre uma localidade, uma vez que um turista tenha contato direto com um residente local,

torna-se fácil a obtenção de informações e perspectivas sobre o destino. Nota-se que as facilidades geradas pela internet geram um maior conforto sobre o poder de escolha de uma localidade.

Não muito, já que a ideia de eu ter amigos pelo Brasil e até outros países me ajuda a planejar a viagem. Eu recebo muita ajuda deles mesmos sobre hotéis, restaurantes, etc. (IGOR PINHEIRO, 2012)

A familiaridade e conhecimento prévio sobre o local influencia o processo de escolha de um determinado lugar. As amizades facilitam o planejamento de uma viagem, desde dados sobre hotéis até mesmo restaurantes.

Os turistas do Nordeste, diferentemente dos turistas entrevistados de outras regiões, levam menos tempo para planejar a viagem. De 2 a 3 meses, na maioria das vezes, enquanto os turistas que não são do Nordeste levam de 6 a 12 meses para melhor prepara uma viagem.

Busco sempre saber a respeito da época do ano, planejo sempre uns 3 meses antes pra poder juntar dinheiro e ter o tempo livre suficiente pra aproveitar tranquilamente as férias. (JUAN SALVIANO, 2012)

Planejo com um 2 ou 3 meses de antecedência, mas planejo cada detalhe como hospedagem, meio de transporte que vou utilizar e outras coisas necessárias. Mesmo sendo meio encima da hora, eu não posso ficar na mão. Pra sair de casa pra ser bobo em outro lugar eu prefiro ser bobo em casa. O bom é que já tenho amigos, e isso deixa tudo mais fácil. (ANNA MARIA, 2012)

De um a dois meses, gasto planejando esse tipo de viagem, mas também pode variar dependendo do tempo que passarei no local e se terei só um destino. Vai ver eu vou passar um mês aqui, logo, tem que ser planejado melhor, senão dá merda. (DENIS ALBERTO, 2012)

As relações de proximidade trazem facilidade para o planejamento da realização do turismo. Nota-se que no nordeste, leva-se menos tempo planejando uma determinada viagem, enquanto em outros estados fora do nordeste, o planejamento da viagem toma um tempo maior.

Aí depende. Se é uma viagem mais curta, eu não passo mais que uma ou duas semanas pesquisando sobre o lugar que quero ir. Se a viagem for mais longa, eu passo pelo menos uns dois meses vasculhando tudo o que posso do lugar e fazendo as contas dos meus gastos. (PEDRO QUEIROGA, 2012)

Não sei responder ao certo quanto tempo eu dispenso planejando, e tento me antecipar uns 6 meses antes. (PAULO ROBSON, 2012)

Os turistas entrevistados têm diferentes motivações para viajar, tem diferentes interesses e diferentes perspectivas sobre a viagem. Com o intuito da busca por uma melhor compreensão do estudo, procurou-se também a análise das motivações e interesses sobre as motivações no processo de escolha.

Ao viajar procuro participar de culturas diferentes, culturas diferentes da minha. Eu gosto de ter outra perspectiva das coisas como elas realmente são. (ESTHER FONSECA, 2012)

Conhecer novas culturas e ambientes. Mudar a Rotina. Sim, eu não iria para o Afeganistão, apesar de suas belezas naturais, prefiro lugarezinhas mais calminhas. (LUANA PINHEIRO, 2012)

Busco um local que eu possa descansar bem nas férias, um local que esteja com um custo dentro do que eu posso pagar e os aspectos ambientais contam também, pois não interessante viajar para um local sujo, mal cuidado, ou que demonstre abandono pelas autoridades. (JUAN SALVIANO, 2012)

Eu acho que o que mais me interessa em viagens é o fato de conhecer muita gente nova e interessante. Esse tipo de coisa é mais fácil de acontecer em países de clima tropical. As pessoas tendem a ser mais acolhedoras. (PEDRO QUEIROGA, 2012)

Segundo Vaz (1999, p. 41), “é uma sensação ou circunstância de pressão sobre o indivíduo, que o leva a viajar. Essa pressão pode ser analisada sob três aspectos: Fonte Motivadora, Grau de Escolha e Natureza da Pressão”. Cada turista tem suas determinadas motivações, sejam elas econômicas, sociais, ambientais, dentre outras.

Segundo Swarbrooke (2002), devem-se levar em conta alguns aspectos do indivíduo, por exemplo, os aspectos físicos, culturais, status, desenvolvimento pessoal, emocionais e pessoais.

Tomei conhecimento através da Tv e da internet, me despertou interesse pelas belas paisagens, pela variedade de programas turísticos, pelas pessoas, etc. (JUAN SALVIANO, 2012)

Tenho muitos amigos que moram em Natal e eles sempre me chamam para passar uns dias. Então, como não sou besta, resolvi aceitar o convite. (IGOR PINHEIRO, 2012)

Amigos que já tinham conhecido. Depois pesquisei na internet e me interessei mais ainda. Fiquei doido pra conhecer as praias daqui. (PAULO ROBSON, 2012)

Eu sempre ouvi falar de natal pelas suas praias e hospitalidade. É o que eu sempre procuro. (PEDRO QUEIROGA, 2012)

A cidade de Natal tem uma grande variedade de atrativos turísticos. Desde suas praias até as suas trilhas histórico-culturais. A propaganda busca fomentar essas informações para os turistas. Trazendo uma nova perspectiva do local e incentivando a atividade turística.

4.3 A influência da dimensão ambiental como um fator relevante para o processo de seleção do destino turístico.

No processo de tomada de decisões existem inúmeros fatores que influenciam, como: Opiniões positivas e negativas, mídia, tv, amigos, dentre outros. Nesse estudo, analisa-se também a influência de fatores externos no processo de tomada de decisões.

Eu fui praticamente convencido por dois amigos que tinham passado as férias aqui. Eles falaram tão bem da cidade, que eu não tive escolha. Eu tinha que vir. Depois eu fui em uma agência de viagens e as informações se confirmaram. Sem isso, eu nunca teria me aventurado a vir. (PEDRO QUEIROGA, 2012)

Além de já conhecer a cidade, gosto da orla de ponta negra a noite, a cidade tem muitos bares que eu já frequento quando venho com minhas amigas, na primeira vez eu vim em um congresso da universidade, agora 1

vez por ano venho nas férias, a opinião dos meus amigos então foi o fator que mais pesou dessa vez, pois todo mundo acaba ficando querendo conhecer a cidade também. (ANNA MARIA, 2012)

Apesar de todos os fatores serem importantes, o principal foi o contato com pessoas que já fizeram a mesma viagem e indicaram, ou seja, a indicação de quem já teve a experiência. (ESTHER FONSECA, 2012)

O relacionamento com residentes “locais” ajuda tanto como no processo de planejamento, como no processo de escolha. Os laços de amizade influenciam positivamente ou negativamente no processo de escolha de um determinado destino turístico, especificando o presente estudo, na cidade de Natal. A influência direta dessa motivação, no processo de escolha, é uma variável comum, assim como outras motivações.

As motivações variam de acordo com cada pessoa, são os seus motivos, e obviamente todas as pessoas têm motivações distintas “[...] as suas atitudes, percepções, de suas personalidades e de experiências prévias” (CASTRO, 1977, p.15).

Há uma grande singularidade, no que diz respeito à cidade de Natal, apesar de ser uma cidade litorânea, fatores histórico-culturais a diferenciam das outras capitais nordestinas. Esse é um fator que influencia diretamente no processo de escolha da cidade de Natal como destino.

Não, não conhecia Natal, mas se tratando de uma cidade litorânea, conheci outras cidades com as mesmas características, portanto estou habituado. Eu basicamente viajo em feriados. (IGOR PINHEIRO, 2012)

Não, não. Eu não conhecia quase nada sobre Natal. Mas depois de vir aqui descobri que lembra muito algumas outras cidades litorâneas do nordeste. Eu gosto de viajar só. Sou meio doido nessas aventuras. Os meus amigos nem arriscam me chamar pra ir com eles. (PEDRO QUEIROGA, 2012)

As singularidades da cidade de Natal podem entusiasmar o turista, como um foco motivacional para a escolha do destino. Muitos dos entrevistados são de origem interna, no que diz respeito à região nordeste.

Segundo Vaz (1999) a escolha de um entre vários destinos do tipo sol e praia vai depender de uma comparação de qualidade entre diversas localidades com praia, da beleza natural, da limpeza, da maior tranquilidade ou agitações urbanas. Ou seja, a predefinição do público-alvo de um determinado destino é diretamente ligada às características do produto turístico que se está sendo vendido.

Já conhecia algumas capitais nordestinas, tais como Fortaleza e Salvador. Normalmente eu viajo uma vez ao ano, pra turistar e tal. Mas, viajo muito pra congressos, essas coisas. Mas, nunca conheço o lugar, porque procuro me dedicar pro congresso, pelo menos. (PAULO CORREIA, 2012)

Eu já conhecia sim. Mas, eu não viajo muito. Dinheiro que é bom, não tem toda vida. (PAULO ROBSON, 2012)

Natal é uma das principais capitais turísticas do Nordeste. Os turistas descreveram Natal como uma cidade acolhedora, limpa, apesar de alguns problemas de infraestrutura e que mesmo como todos os pesares sempre tendem a descrever a cidade positivamente.

Natal é uma cidade bonita, não conheço a cidade toda, frequento mais ponta negra nas vezes que eu venho, mas as pessoas são acolhedoras, tem muita opção para sair a noite, mas o que causa um diferencial com certeza são as praias que são todas lindas. (ANNA MARIA, 2012)

De modo geral Natal é lindo, lindo demais. Eu descreveria em uma palavra só, Magnifico. (ISAQUE MEDEIROS, 2012)

De modo geral, Natal é um capital bem cuidada e que oferece muitas oportunidades de visitar, porém aqui em ponta negra é necessário mais atenção do poder público na reforma desse calçadão. Tá horrível. (JUAN SALVIANO, 2012)

Véi, eu adorei a cidade e as pessoas. As praias são muito boas e as pessoas muito engraçadas. Eu só não gostei muito de alguns pontos da cidade que pareciam bagunçados e sujos. O transporte público também

ficou a desejar. Depois de uma semana eu decidi alugar um carro. (PEDRO QUEIROGA, 2012)

Os meios digitais viabilizam mais informações sobre o destino. São nos meios digitais que os turistas também se informam. Os turistas fomentaram a importância dos mesmos com uma ferramenta necessária para um bom planejamento da viagem.

Geralmente pela internet e bem mais fácil de procurar informações sobre o destino escolhido. Existem altos sites promovendo o turismo nas cidades e esses podem ser bem úteis e confiáveis. Mas, nada como bons amigos. (DENIS ALBERTO, 2012)

Sim, pacotes ofertados principalmente pela CVC. Sim, considero seguras e confiáveis, as empresas que são reconhecidas no mercado. (LUANA PINHEIRO, 2012)

As empresas, agências de turismo e sites, vêm ganhando cada vez mais credibilidade no mercado. São inúmeras empresas disputando mercado. Isso gera uma maior acessibilidade à informações.

Sim, sempre pesquiso antes de fazer uma viagem de férias, os sites e aplicativos de turismo ajudam bastante para conhecer as características, porém para fechar o pacote acho mais interessante fazer em empresas do ramo. (JUAN SALVIANO, 2012)

Sim, eu busco. Uso o mecanismo de busca do google que me oferece uma diversidade de sites com informações bastante úteis. É só digitar que já tá prontinho, é só olhar e ser feliz. Se não fosse a internet, ia ser mal demais pra fazer turismo hoje em dia. Imagino como era antigamente. (PAULO ROBSON, 2012)

4. Identificar a importância da sustentabilidade no que diz respeito ao meio ambiente na cidade de Natal.

Muito se comenta sobre a confiabilidade da informação conseguida sobre um determinado assunto, seja na internet, por mídias, em geral. Quando se escolhe um destino turístico, o viajante também se baseia em opiniões positivas e negativas. Baseia-se em opiniões alheias, em informações de diversas fontes.

Se tiver algum amigo ou parente que conheça o lugar aonde você irá, é uma ótima fonte. Fica muito mais fácil de ir. E muito mais seguro, porque o “nativo”, nativo que eu digo que mora e tudo mais, já sabe aonde ir e aonde não ir. (PAULO ROBSON, 2012)

A fonte mais confiável é sempre um conhecido que já esteve no destino. Sempre. Mas caso não haja um, opte pela internet, já que na televisão tudo que vemos são novelas e mais novelas e jornais desinformativos. (PAULO CORREIA, 2012)

Acho que nas empresas de viagem, mais conhecidas de preferência. (ESTHER FONSECA, 2012)

Fomenta-se muito sobre o tema, no que diz respeito a amigos e conhecidos no lugar em que se deseja viajar. Muitos consideram os amigos e conhecidos como uma fonte segura e confiável, quando se busca uma informação mais apurada sobre o que se procura.

A opinião alheia influencia sim, principalmente quando é positiva, em relação a opiniões negativas é muito relativo, vai depender do motivo, mas se me falarem muito bem de um lugar, com certeza me desperta muito a intenção de conhecer esse lugar. (ANNA MARIA, 2012)

Opiniões positivas e negativas sobre um destino turístico, dadas por pessoas conhecidas, ou mesmo desconhecidas, influenciam na tomada de decisão para viajar a um determinado destino turístico.

As opiniões, sobretudo de pessoas conhecidas, influenciam bastante na escolha do local a se visitar. Na maior parte das vezes as positivas geram mais interesse, pois essas encantam os turistas, já as negativas, só se for algo que seja extremamente chocante. (ESTHER FONSECA, 2012)

Claro que sim. É onde eu mais procuro informação. Acho que as opiniões negativas pesam mais que as positivas. Prefiro ir pra um local sem muita coisa divertida, mas que eu não tenha problemas do quer ir pra algum lugar divertido que eu seja assaltado, por exemplo. (PEDRO QUEIROGA, 2012)

Quando se realiza turismo, procuram-se diversas localizações, para melhor analisar e melhor planejar a atividade turística. Com uma maior quantidade de informações sobre uma maior quantidade de destinos. E com mais informações, analisa-se melhor uma determinada possibilidade.

Só pensei em ir a Natal mesmo, como eu disse anteriormente, porque meus amigos que visitaram a cidade antes me influenciaram de uma maneira positiva. Todo mundo falou que era bom demais. E mais de cinco pessoas, amigos meus, não iam dizer isso a toa, pelo menos eu acho isso. (PAULO ROBSON, 2012)

O preço das passagens estava altamente barato. No submarinoviagens.com.br, não sei se é “.com” ou “.com.br”, tu vê lá, um site primeira, que tem uma ruma de promoções de voos. Não perdi minha chance, quando vi a promoção. (IGOR PINHEIRO, 2012)

O preço das passagens, e a acessibilidade da internet viabilizam a compra de passagens a um custo mais baixo. A grande crescente dos subsídios das empresas, que trabalham em conjunto com os grandes grupos de compras coletivas, facilitam e dão acesso a uma ferramenta efetiva de compra e realização da atividade turística.

Pensei em escolher o nordeste mesmo, para sair um pouco da rotina e aproveitar suas belezas naturais, escolhi Natal por ter um estilo de passeio que eu gosto bastante e que é bom pra se fazer em família. (JUAN SALVIANO, 2012)

A satisfação com o destino, de um pequeno grupo de pessoas foi analisada de forma positiva. Os indicadores positivos estão descritos nas entrevistas com os turistas. E afirmam positivamente as qualidades e características.

Estou satisfeito, eu compartilho as informações, pois acho interessante as pessoas conhecer essa cidade que eu gostei bastante e sabendo de pontos positivos elas se interessariam mais. Natal é show. (JUAN SALVINO, 2012)

Ahh! To sim. Por mais que eu tenha visto problemas, eu achei a cidade o máximo. Não tem como eu não falar bem da cidade quando eu voltar pra Manaus. Além dos pontos turísticos e a comida regional que eu adorei, as pessoas daqui realmente são um ótimo atrativo. (PEDRO QUEIROGA, 2012)

Estou satisfeita sim, gosto de Natal e acho um lugar tranquilo para se passar as férias, em relação a sites, não conheço algum que trate disso, mas eu divulgaria de bom grado a cidade para os outros. (ANNA MARIA, 2012)

Ahh! To sim. Por mais que eu tenha visto problemas, eu achei a cidade o máximo. Não tem como eu não falar bem da cidade quando eu voltar pra Manaus. Além dos pontos turísticos e a comida regional que eu adorei, as pessoas daqui realmente são um ótimo atrativo. (PEDRO QUEIROGA, 2012)

As qualificações positivas dos turistas influenciam na visão positiva da cidade, uma vez que o fator “boca-a-boca” influencia no processo de escolha e seleção de um destino. As amizades e pessoas conhecidas podem influenciar diretamente na escolha.

Com toda certeza. Eu falo e falarei bem da cidade de Natal pra quem me pergunte. Eu só acho estranho ir atrás de site, essas coisas. Mas, de jeito maneira eu vou falar mais daqui. (LUANA PINHEIRO, 2012)

Ahh! To sim. Por mais que eu tenha visto problemas, eu achei a cidade o máximo. Não tem como eu não falar bem da cidade quando eu voltar pra Manaus. Além dos pontos turísticos e a comida regional que eu adorei, as pessoas daqui realmente são um ótimo atrativo. (PEDRO QUEIROGA, 2012)

4. CONCLUSÃO

A realização do presente estudo almejou a identificação dos fatores que podiam exercer influencia sobre o comportamento dos turistas no processo de escolha do destino, no que diz respeito à dimensão ambiental, com o intuito de visualizar e entender o perfil do consumidor, a importância que se atribui aos indicadores ambientais e uma possível identificação de uma tendência sobre o consumo verde.

A concretização desse estudo incita uma melhor e mais ampla reflexão sobre o comportamento ambientalmente favorável, por parte do turista, com foco também na demonstração, sobre a importância e o grande valor da dimensão ambiental no processo de escolha do destino turístico, como uma vantagem competitiva sustentável que atende os imperativos dessa nova tendência.

Nesse âmbito, essa investigação contribui com a melhoria e aperfeiçoamento da contribuição teórica sobre este determinado tema, que visando outras investigações existentes nessa área, em grande parte, não visam um relacionamento direto com o turismo em si, com a atividade turística. Juntamente com o incentivo no caráter trazer contribuições aos destinos dessa tipologia, num campo sobre a dimensão ambiental e o comportamento ambientalmente favorável no que diz respeito ao comportamento do consumidor, sobre o processo de escolha do destino turístico, trazendo uma adaptação de estratégias em relação à competitividade em um caráter sustentável.

Depois da realização da investigação, ficou constatado que os fatores relacionados à motivação que tem maior influência sobre o processo de seleção do destino são atrativos naturais e paisagens paradisíacas, lugares calmos e tranquilos, que trazem fuga do cotidiano e um relaxamento do mundo exterior, lazer e entretenimento e outras inúmeras motivação. A importância dos fatores ambientais que influenciam o processo de escolha varia desde a qualidade ambiental até a preservação do meio ambiente. Essa nova tendência visa uma procura maior no que diz respeito ao contato com a natureza, uma evidente fuga do cotidiano.

A realização da avaliação em um âmbito sobre o consumo ambientalmente favorável por parte dos turistas é abordada com base no conhecimento dos turistas, envolvendo as práticas de responsabilidade socioambiental que existem no destino, a percepção dos turistas aos impactos gerados pela atividade turística, uma vez que o turismo tem o meio ambiente como “matéria-prima” e o mesmo consome o meio ambiente como produto.

Um fato contraditório é evidenciado nessa presente investigação, uma vez que a autopercepção do turista é acionada a um modo de consumo ambientalmente favorável que também influencia e gera impactos ambientais diretos, juntamente com os impactos naturais gerados pela atividade turística em si.

Evidencia-se a consideração no que se refere à influência dos valores ambientais quando se escolhe o destino. A atividade turística ambientalmente favorável é fomentada principalmente em lugares em que as belezas naturais são abundantes, e isso gera uma percepção no que diz respeito ao não planejamento da atividade turística e a destruição do patrimônio ambiental do lugar em questão.

Em suma análise, fomenta-se que os destinos que buscam o melhor desenvolvimento de suas atividades de forma ambientalmente sustentável, que possa ser referência para a atração e estímulo da atividade turística do local analisado. E, sobretudo, a utilização de ferramentas para a realização de uma educação ambiental com a intenção de fomentar o comportamento ambientalmente favorável de todos, desde os que não possuem conhecimento na área até mesmo os gestores do turismo.

REFERENCIAS

DIAS, Reinaldo. 2005. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas

DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício. **Fundamentos do Marketing Turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SWARBROOK, John. **Turismo sustentável**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2000.

SWARBROOK, John; HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico**: receptivo e emissivo. Um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados. São Paulo: Pioneira, 1999.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008 (Série turismo)

LEMOS, Iomara Scandelari; FREGA, José Roberto; SOUZA, Alceu. **Atributos relevantes de destinos na percepção de internautas brasileiros**. Turismo em análise. Vol. 21, n. 2, agosto 2010.

ROMEIRO, Maria do Carmo. **Um estudo do comportamento ambientalmente favorável**: uma verificação na região do ABC paulista. São Paulo, 2006. Tese (Doutorado). Universidade Federal de São Paulo.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

DENKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 8 ed. São Paulo: Futura, 2004.

SANTOS, Carlos José Giudice dos. **Metodologia Científica**. Disponível em: <www.oficinadapesquisa.com.br> Acesso em: 29 Nov. 2011

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

JÚNIOR, Edmilson L. **Urbanização Turística, Cultura e Meio Ambiente**. In: Célia Maria T. Serrano e Heloísa Brunhs(orgs). **Viagens à natureza, turismo, cultura e ambiente** - Campinas, SP.Papirus, 1997 (coleção turismo).

EVER, Shirley(org). **Beyond the green horizon, principles for sustainable tourism** s1.WWF- UK, 1992.

SACH, I. **Ecodesenvolvimento: Crescer sem destruir**. São Paulo Vértice, 1986- b.

CHAGAS, Márcio Marreiro das. **Análise da relação casual entre imagem de destinos, qualidade, satisfação e fidelidade**: um estudo de acordo com a percepção do turista nacional no destino turístico Natal. Natal/RN 2010. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

ANDRADE, Jose Vicente. 2000. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. Sao Paulo: Atica.

BOULLON, Roberto. 1985. C. **Planificación del espacio turístico**. Mexico: Trillas.

BENI, Mario Carlos. 2000. **Análise Estrutural do Turismo**. Sao Paulo: SENAC.

TINARD, Yves. 1996. **Turismo: Economia y gestion**. Barcelona: Bosch.

LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson L. 2000. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: Campus.

COOPER, Christopher P. *et alii*. 2001. **Turismo: Principios e Pratica**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman.

RUSHMANN, Doris. 2008. Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente. 14 ed. São Paulo: Papyrus editora.

RODRIGUEZ, J. M. M. **Planificacion y Gestion Ambiental**. La Habana, Universidade de La Habana, Facultad de Geografia, 2000. 123p.(en prensa).

FERRETI, Eliane Regina. **Turismo e meio ambiente**. São Paulo: Roca, 2002.

Darci Waechter Junior. **Perfil, preferências e motivações da terceira idade em relação a viagens de lazer**. In.Revista turismo. Abril,2004
<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/pref-3idade-2.html>. Acesso em: 15 jun. 2010

ELKINGTON, John. **Canibais com Garfo e Faca**. São Paulo, Makron Books, 2001.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MATTOS, P.; LINCOLN, C. L.: A entrevista não-estruturada como forma de conversação: razões e sugestões para sua análise. **Revista Administração Pública**, v. 39, n. 4, p. 823-847, jul/ago. 2005.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 2007.

BRANDÃO, Carlos R. **Repensando a pesquisa participante**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1994.

Giddens A 1990. *As conseqüências da modernidade*. Editora Unesp, São Paulo.

Andler D 1987. Problème: une clé universelle?, pp. 119-158. In I Stengers. *D'une science a l'autre – des concept nomades*. Centre National des Letres, Paris.

Schakley S, Wynne B & Waterton C 1996. The past, present and future potential of complex thinking. *Future* 28(3):201-225.

APÊNDICES

APÊNDICE A

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: VICTOR HUGO DA SILVA
ORIENTADOR: MSc MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA I

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PERCEPÇÃO AMBIENTAL NO PROCESSO DE SELEÇÃO DO DESTINO TURISTICO

Esta entrevista tem como objetivo levantar dados empíricos para a realização de uma pesquisa acadêmica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do discente e pesquisador Victor Hugo da Silva do curso de Turismo. A sua participação irá contribuir significativamente na realização do estudo, assim como para o desenvolvimento de conhecimento da área pesquisada. Desde já agradecemos a sua relevante contribuição.

• CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Nome do entrevistado: Esther Fonseca de Oliveira

Gênero: Masculino Feminino

Idade: 14 a 17 anos 18 a 25 anos 26 a 35 anos 36 a 50 anos 51 a 65 anos

Acima de 65 anos

Escolaridade: Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior Pós-graduado.

Ocupação: Empregado Estudante Desempregado Aposentado Autônomo Outros

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

Renda familiar mensal (soma de todos os ganhos das pessoas que moram em sua casa por mês, em média)

Até R\$545 R\$546 a R\$1090 R\$1091 a R\$2.180 R\$2.181 a R\$4.360 R\$4.361 a R\$8.720 R\$8.721 a R\$ 17.440 Acima de R\$ 17.441

Estado de residência: Amazonas

• ESCOLHA DO DESTINO

1. No processo de pesquisa de onde passar as férias, onde o senhor(a) busca informações para tomar sua decisão, ou seja, escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? O fator ambiental tem direta influência no processo de escolha?

Geralmente as minhas escolhas tem base na minha família, depois disso procuro detalhes do local na internet. Sim, as condições ambientais tem influencia na escolha sim, uma vez que com base nela posso definir meus roteiros.

2. Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem de férias? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino de férias?

Em geral estou sempre pesquisando e assim que chego de uma viagem começo a organizar a outra. Porque eu já tenho meu próprio jeito de planejar minha viagem.

3. O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe desperta interesse em viajar? E como escolhe seu destino de viagem, a perspectiva socioambiental influi?

Ao viajar procuro participar de culturas diferentes, culturas diferentes da minha. Eu gosto de ter outra perspectiva das coisas como elas realmente são.

4. Especificamente falando em Natal, como tomou conhecimento deste destino de férias? E o que despertou seu interesse em conhecê-lo?

A partir de amigos próximos tive conhecimento de Natal e meu maior interesse era conhecer as belíssimas praias daqui.

5. No processo de tomada de decisão pela viagem a Natal, quais os fatores que o senhor(a) levou em consideração na escolha? Família, opinião de amigos, empresas especializadas, mídias especializadas ou mais abrangentes? E desses fatores que pesaram na sua escolha, quais destacaria como principais? E por quê?

Apesar de todos os fatores serem importantes, o principal foi o contato com pessoas que já fizeram a mesma viagem e indicaram, ou seja, a indicação de quem já teve a experiência.

6. O senhor(a) já conhecia Natal ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com quem costumeiramente realiza essas viagens?

Não, foi algo inovador, sempre que viajo tenho a companhia de minha irmã.

7. De um modo geral, como o senhor(a) descreveria Natal, quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem de Natal?

A cidade é bastante hospitaleira, apresenta belos pontos turísticos e tem uma gastronomia inigualável. Sempre que eu venho aqui, nunca me desaponto com os cardápios potiguares.

8. O senhor(a) busca ou buscou informações sobre o destino em meios digitais? Pode falar um pouco sobre em quais mídias digitais buscou informações? Considera tais mídias boas fontes de informação, com informações de credibilidade, confiáveis?

Procurei fotos de amigos e parentes e informações na internet e todas as fontes se mostraram bem fiel a como a cidade é realmente.

9. Para o senhor(a), quais as fontes de informações mais confiáveis quando está escolhendo um destino onde passar as férias? Além das citadas anteriormente.

Acho que nas empresas de viagem, mais conhecidas de preferência.

10. As opiniões positivas ou negativas dadas sobre o destino por pessoas conhecidas ou mesmo desconhecidas influenciam na sua tomada de decisão de viajar a determinado destino turístico? Quais influenciam mais na sua escolha, opiniões positivas ou negativas? Quais lhe despertam maior interesse em saber mais, quando se fala bem ou quando se aponta algum ponto duvidoso sobre o destino que quer visitar?

As opiniões, sobretudo de pessoas conhecidas, influenciam bastante na escolha do local a se visitar. Na maior parte das vezes as positivas geram mais interesse, pois essas encantam os turistas, já as negativas, só se for algo que seja extremamente chocante.

11. Quais destinos o senhor(a) pensou em visitar nessas férias? E o que o motivou a escolher Natal dentre eles?

Tinha pensando em Natal e Recife, me decidi por Natal por este apresentar uma segurança maior.

12. De um modo geral, o senhor(a) está satisfeito com o destino, contaria para outras pessoas o que se passou nas férias em Natal? Existiria algum incentivo maior que lhe desperte o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Indico sim, e nunca havia pensado em divulgação em sites, mais após apresentado a ideia é bem possível que eu a faça, para que possa ajudar a decisão de outras pessoas.

APÊNDICE B

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: VICTOR HUGO DA SILVA
ORIENTADOR: MSc MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA I

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PERCEPÇÃO AMBIENTAL NO PROCESSO DE SELEÇÃO DO DESTINO TURISTICO

Esta entrevista tem como objetivo levantar dados empíricos para a realização de uma pesquisa acadêmica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do discente e pesquisador Victor Hugo da Silva do curso de Turismo. A sua participação irá contribuir significativamente na realização do estudo, assim como para o desenvolvimento de conhecimento da área pesquisada. Desde já agradecemos a sua relevante contribuição.

• CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Nome do entrevistado: __Luana Pinheiro_____

Gênero: [] Masculino [x] Feminino

Idade: [] 14 a 17 anos [] 18 a 25 anos [x] 26 a 35 anos [] 36 a 50 anos [] 51 a 65 anos [] Acima de 65 anos

Escolaridade: [] Ensino Fundamental [] Ensino Médio [] Ensino Superior [x] Pós-graduado.

Ocupação: Empregado Estudante Desempregado Aposentado Autônomo
 Outros

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

Renda familiar mensal (soma de todos os ganhos das pessoas que moram em sua casa por mês, em média)

Até R\$545 R\$546 a R\$1090 R\$1091 a R\$2.180 R\$2.181 a R\$4.360
 R\$4.361 a R\$8.720 R\$8.721 a R\$ 17.440 Acima de R\$ 17.441

Estado de residência: _____ Recife_____

• ESCOLHA DO DESTINO

13. No processo de pesquisa de onde passar as férias, onde o senhor(a) busca informações para tomar sua decisão, ou seja, escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? O fator ambiental tem direta influência no processo de escolha?

Internet e amigos. Sim, higienização, organização, acessibilidade são itens que influenciam minha decisão. Posso parecer chata. Mas, é melhor ser assim, do que não ter uma boa viagem.

14. Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem de férias? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino de férias?

Um ano planejando e buscando informações com bastante antecedência. Planejar que eu digo, é mais a parte financeira, juntar dinheiro, essas coisas.

15. O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe desperta interesse em viajar? E como escolhe seu destino de viagem, a perspectiva socioambiental influi?

Conhecer novas culturas e ambientes. Mudar a Rotina. Sim, eu não iria para o Afeganistão, apesar de suas belezas naturais, prefiro lugarezinhos mais calminhos.

16. Especificamente falando em Natal, como tomou conhecimento deste destino de férias? E o que despertou seu interesse em conhecê-lo?

Internet e amigos. Beleza da cidade, suas praias, comidas típicas e artesanatos. E mais um montão de coisas que eu gosto.

17. No processo de tomada de decisão pela viagem a Natal, quais os fatores que o senhor(a) levou em consideração na escolha? Família, opinião de amigos, empresas especializadas, mídias especializadas ou mais abrangentes? E desses fatores que pesaram na sua escolha, quais destacaria como principais? E por quê?

Opinião dos amigos, é o que eu confio mais. E Praias, porque em Recife não tenha a opção de ter praias tranquilas, livre de tubarões, ou de ladrões, ou de sujeira.

18. O senhor(a) já conhecia Natal ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com quem costumeiramente realiza essas viagens?

Sim, geralmente com amigos e família. Nunca tentei viajar sozinha.

19. De um modo geral, como o senhor(a) descreveria Natal, quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem de Natal?

Belezas naturais, como cajueiro, praias, o ar puro, essas coisas. Eu descreveria como a cidade do Sol.

20. O senhor(a) busca ou buscou informações sobre o destino em meios digitais? Pode falar um pouco sobre em quais mídias digitais buscou informações? Considera tais mídias boas fontes de informação, com informações de credibilidade, confiáveis?

Sim, pacotes ofertados principalmente pela CVC. Sim, considero seguras e confiáveis as empresas que são reconhecidas no mercado.

21. Para o senhor(a), quais as fontes de informações mais confiáveis quando está escolhendo um destino onde passar as férias? Além das citadas anteriormente.

As próprias empresas de turismo. Lá eu pergunto, e fico sabendo de tudo na hora mesmo.

22. As opiniões positivas ou negativas dadas sobre o destino por pessoas conhecidas ou mesmo desconhecidas influenciam na sua tomada de decisão de viajar a determinado destino turístico? Quais influenciam mais na sua escolha, opiniões positivas ou negativas? Quais lhe despertam maior interesse em saber mais, quando se fala bem ou quando se aponta algum ponto duvidoso sobre o destino que quer visitar?

Sim, as opiniões positivas influenciam mais. Já as negativas eu procuro saber mais pra evitar tal lugar, essas coisas.

23. Quais destinos o senhor(a) pensou em visitar nessas férias? E o que o motivou a escolher Natal dentre eles?

Buenos Aires, na Argentina. Mas, as belezas naturais e a acessibilidade financeira me trouxeram pra cá. Venhamos e convenhamos que Natal tá mais barato que ir pra Argentina

24. De um modo geral, o senhor(a) está satisfeito com o destino, contaria para outras pessoas o que se passou nas férias em Natal? Existiria algum incentivo maior que lhe desperte o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Com toda certeza. Eu falo e falarei bem da cidade de Natal pra quem me pergunte. Eu só acho estranho ir atrás de site, essas coisas. Mas, de jeito maneira eu vou falar mais daqui.

APENDICE C

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: VICTOR HUGO DA SILVA
ORIENTADOR: MSc MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA I

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PERCEPÇÃO AMBIENTAL NO PROCESSO DE SELEÇÃO DO DESTINO TURISTICO

Esta entrevista tem como objetivo levantar dados empíricos para a realização de uma pesquisa acadêmica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do discente e pesquisador Victor Hugo da Silva do curso de Turismo. A sua participação irá contribuir significativamente na realização do estudo, assim como para o desenvolvimento de conhecimento da área pesquisada. Desde já agradecemos a sua relevante contribuição.

• CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Nome do entrevistado: _____ **Isaque Medeiros** _____

Gênero: [X] Masculino [] Feminino

Idade: [] 14 a 17 anos [] 18 a 25 anos [] 26 a 35 anos [x] 36 a 50 anos [] 51 a 65 anos [] Acima de 65 anos

Escolaridade: Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior Pós-graduado.

Ocupação: Empregado Estudante Desempregado Aposentado Autônomo Outros

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

Renda familiar mensal (soma de todos os ganhos das pessoas que moram em sua casa por mês, em média)

Até R\$545 R\$546 a R\$1090 R\$1091 a R\$2.180 R\$2.181 a R\$4.360 R\$4.361 a R\$8.720 R\$8.721 a R\$ 17.440 Acima de R\$ 17.441

Estado de residência: _____Espírito Santo_____

• ESCOLHA DO DESTINO

1. No processo de pesquisa de onde passar as férias, onde o senhor(a) busca informações para tomar sua decisão, ou seja, escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? O fator ambiental tem direta influência no processo de escolha?

A internet foi minha fonte para chegar no município de natal no Rio Grande do Norte, foi muito mais fácil ir na internet procurar, do que chegar numa agencia de viagens.

2. Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem de férias? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino de férias?

Viajar é uma coisa que deve ser muito bem preparada. Eu gasto em média 1 ano pensando sobre aonde vou, porque tem que convencer a mulher, ver a escola dos meninos, daí você já viu como fica minha situação.

3. O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe desperta interesse em viajar? E como escolhe seu destino de viagem, a perspectiva socioambiental influi?

Eu busco calma, de paz, e gosto quando a cidade está bem ambientalmente, um arzinho bom, uma sombra boa, sem muita barulheira.

4. Especificamente falando em Natal, como tomou conhecimento deste destino de férias? E o que despertou seu interesse em conhecê-lo?

Gostei de verdade das paisagens, de verdade mesmo. É lindo demais, esse solzão, essas praias lindas. Quando eu cheguei em Genipabú e andei de dromedários foi uma das melhores experiências que eu tive de todas as viagens que eu fiz. Eu sempre chego aos meus destinos pela internet, que é uma ferramenta que satisfaz meus gostos e minhas vontades.

5. No processo de tomada de decisão pela viagem a Natal, quais os fatores que o senhor(a) levou em consideração na escolha? Família, opinião de amigos, empresas especializadas, mídias especializadas ou mais abrangentes? E desses fatores que pesaram na sua escolha, quais destacaria como principais? E por quê?

Mídias, na verdade. Porque tudo que tá na internet é mídia e mais mídia. A propaganda de Natal na internet é boa por demais, sempre que pesquiso algo, nunca aparece nada de violência, de tráfico de nada dessas coisas mais pesadas, sabe? A cidade tá bem de imagem lá fora.

6. O senhor(a) já conhecia Natal ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com quem costumeiramente realiza essas viagens?

Não conhecia Natal, não. Mas parece muito com outras capitais do nordeste, por exemplo, João Pessoa, que eu sempre viajo com minha família.

7. De um modo geral, como o senhor(a) descreveria Natal, quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem de Natal?

De modo geral Natal é lindo, lindo demais. Eu descreveria em uma palavra só, Magnífico.

8. O senhor(a) busca ou buscou informações sobre o destino em meios digitais? Pode falar um pouco sobre em quais mídias digitais buscou informações? Considera tais mídias boas fontes de informação, com informações de credibilidade, confiáveis?

Sim, como eu já falei, eu olhei em vários sites e gostei muito da divulgação. Eu já disse que a imagem na internet tá boa por demais, eu acho.

9. Para o senhor(a), quais as fontes de informações mais confiáveis quando está escolhendo um destino onde passar as férias? Além das citadas anteriormente.

Hm.. Acho que mídia e empresas de turismo, mesmo.

10. As opiniões positivas ou negativas dadas sobre o destino por pessoas conhecidas ou mesmo desconhecidas influenciam na sua tomada de decisão de viajar a determinado destino turístico? Quais influenciam mais na sua escolha, opiniões positivas ou negativas? Quais lhe despertam maior interesse em saber mais, quando se fala bem ou quando se aponta algum ponto duvidoso sobre o destino que quer visitar?

Não, não. Eu gosto de ver pelos meus olhos, e também tem o fato de que ninguém nunca me falou mal ou bem de Natal pra mim. Então, acho que nada me influenciou.

11. Quais destinos o senhor(a) pensou em visitar nessas férias? E o que o motivou a escolher Natal dentre eles?

Eu gosto do Nordeste, em geral. Minha esposa também adora por demais. A gente já conhece outras capitais, e Natal estava de fora dessas. Analisamos um pouco, e não pensamos muito. Aqui estamos conversando com você.

12. De um modo geral, o senhor(a) está satisfeito com o destino, contaria para outras pessoas o que se passou nas férias em Natal? Existiria algum incentivo maior que lhe desperte o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Estou sim, meu filho. Esses dias tem sido bons por demais. Eu e minha família vamos falar bem da cidade, até porque não tem porque falar mal, isso é não coisa que se faça. E eu não gosto de envolver com essas coisas não. Se me perguntarem, eu digo que foi bom, eu só não vou ficar indo atrás pra dizer que é bom pra todo mundo.

APENDICE D

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: VICTOR HUGO DA SILVA
ORIENTADOR: MSc MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA I

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PERCEPÇÃO AMBIENTAL NO PROCESSO DE SELEÇÃO DO DESTINO TURISTICO

Esta entrevista tem como objetivo levantar dados empíricos para a realização de uma pesquisa acadêmica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do discente e pesquisador Victor Hugo da Silva do curso de Turismo. A sua participação irá contribuir significativamente na realização do estudo, assim como para o desenvolvimento de conhecimento da área pesquisada. Desde já agradecemos a sua relevante contribuição.

• CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Nome do entrevistado: Anna M^a da Costa e Silva _____

Gênero: Masculino Feminino

Idade: 14 a 17 anos 18 a 25 anos 26 a 35 anos 36 a 50 anos 51 a 65 anos [
] Acima de 65 anos

Escolaridade: Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior Pós-graduado.

Ocupação: Empregado Estudante Desempregado Aposentado Autônomo Outros

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

Renda familiar mensal (soma de todos os ganhos das pessoas que moram em sua casa por mês, em média)

Até R\$545 R\$546 a R\$1090 R\$1091 a R\$2.180 R\$2.181 a R\$4.360 R\$4.361 a R\$8.720 R\$8.721 a R\$ 17.440 Acima de R\$ 17.441

Estado de residência: Bahia_____

• ESCOLHA DO DESTINO

25. No processo de pesquisa de onde passar as férias, onde o senhor(a) busca informações para tomar sua decisão, ou seja, escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? O fator ambiental tem direta influência no processo de escolha?

Procuro na internet imagens e comentários sobre o lugar que quero passar as férias, não me preocupo muito com o fator ambiental. Diretamente, é claro. Se aqui tivesse um caos, cheio desses problemas ambientais que tem em outros estados, eu provavelmente não estaria aqui.

26. Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem de férias? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino de férias?

Planejo com um 2 ou 3 meses de antecedência, mas planejo cada detalhe como hospedagem, meio de transporte que vou utilizar e outras coisas necessárias. Mesmo sendo meio encima da hora, eu não posso ficar na mão. Pra sair de casa pra ser bobo em

outro lugar eu prefiro ser bobo em casa. O bom é que já tenho amigos, e isso deixa tudo mais fácil.

27. O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe desperta interesse em viajar? E como escolhe seu destino de viagem, a perspectiva socioambiental influi?B

O que me desperta interesse para escolher um local é principalmente as praias, e falando no ambiente, se for de qualidade conta bastante. É o que eu falei, se tiver tudo sujo, tudo imundo, não só eu, mas um bocado de gente não vai querer vim também, certo?

28. Especificamente falando em Natal, como tomou conhecimento deste destino de férias? E o que despertou seu interesse em conhecê-lo?

Eu escolhi Natal porque um fator que chama atenção na cidade são as praias e é o que eu procuro, mesmo agora algumas estando ficando impróprias para banho, eu já sabia disso, porque não é a primeira vez que venho.

29. No processo de tomada de decisão pela viagem a Natal, quais os fatores que o senhor(a) levou em consideração na escolha? Família, opinião de amigos, empresas especializadas, mídias especializadas ou mais abrangentes? E desses fatores que pesaram na sua escolha, quais destacaria como principais? E por quê?

Além de já conhecer a cidade, gosto da orla de ponta negra a noite, a cidade tem muitos bares que eu já frequento quando venho com minhas amigas, na primeira vez eu vim em um congresso da universidade, agora 1 vez por ano venho nas férias, a opinião dos meus amigos então foi o fator que mais pesou dessa vez, pois todo mundo acaba ficando querendo conhecer a cidade também.

30. O senhor(a) já conhecia Natal ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com quem costumeiramente realiza essas viagens?

Conhecia Natal, já sou habituada a viajar para cá e costumo vir com meus amigos.

31. De um modo geral, como o senhor(a) descreveria Natal, quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem de Natal?

Natal é uma cidade bonita, não conheço a cidade toda, frequento mais ponta negra nas vezes que eu venho, mas as pessoas são acolhedoras, tem muita opção para sair a noite, mas o que causa um diferencial com certeza são as praias que são todas lindas.

32. O senhor(a) busca ou buscou informações sobre o destino em meios digitais? Pode falar um pouco sobre em quais mídias digitais buscou informações? Considera tais mídias boas fontes de informação, com informações de credibilidade, confiáveis?

Busquei na internet apenas o hotel em que eu ficaria, pois já conhecia a cidade.

33. Para o senhor(a), quais as fontes de informações mais confiáveis quando está escolhendo um destino onde passar as férias? Além das citadas anteriormente.

Internet e jornal, acredito eu. O resto eu já contei nas outras perguntas, né?

34. As opiniões positivas ou negativas dadas sobre o destino por pessoas conhecidas ou mesmo desconhecidas influenciam na sua tomada de decisão de viajar a determinado destino turístico? Quais influenciam mais na sua escolha, opiniões positivas ou negativas? Quais lhe despertam maior interesse em saber mais, quando se fala bem ou quando se aponta algum ponto duvidoso sobre o destino que quer visitar?

A opinião alheia influencia sim, principalmente quando é positiva, em relação a opiniões negativas é muito relativo, vai depender do motivo, mas se me falarem muito bem de um lugar, com certeza me desperta muito a intenção de conhecer esse lugar.

35. Quais destinos o senhor(a) pensou em visitar nessas férias? E o que o motivou a escolher Natal dentre eles?

Pensei em Recife e Natal, porém Natal acaba me fazendo voltar pois já conheço e gosto do lugar. Ter amigos aqui faz isso bem mais fácil, na verdade.

36. De um modo geral, o senhor(a) está satisfeito com o destino, contaria para outras pessoas o que se passou nas férias em Natal? Existiria algum incentivo maior que lhe desperte o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Estou satisfeita sim, gosto de Natal e acho um lugar tranquilo para se passar as férias, em relação a sites, não conheço algum que trate disso, mas eu divulgaria de bom grado a cidade para os outros.

APENDICE E

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: VICTOR HUGO DA SILVA
ORIENTADOR: MSc MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA I

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PERCEPÇÃO AMBIENTAL NO PROCESSO DE SELEÇÃO DO DESTINO TURÍSTICO

Esta entrevista tem como objetivo levantar dados empíricos para a realização de uma pesquisa acadêmica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do discente e pesquisador Victor Hugo da Silva do curso de Turismo. A sua participação irá contribuir significativamente na realização do estudo, assim como para o desenvolvimento de conhecimento da área pesquisada. Desde já agradecemos a sua relevante contribuição.

• CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Nome do entrevistado: Juan Salviano Costa

Gênero: [X] Masculino [] Feminino

Idade: 14 a 17 anos 18 a 25 anos 26 a 35 anos 36 a 50 anos 51 a 65 anos
 Acima de 65 anos

Escolaridade: Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior Pós-graduado.

Ocupação: Empregado Estudante Desempregado Aposentado Autônomo
 Outros

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

Renda familiar mensal (soma de todos os ganhos das pessoas que moram em sua casa por mês, em média)

Até R\$545 R\$546 a R\$1090 R\$1091 a R\$2.180 R\$2.181 a R\$4.360 R\$4.361 a R\$8.720 R\$8.721 a R\$ 17.440 Acima de R\$ 17.441

Estado de residência: _____ Sergipe _____

• ESCOLHA DO DESTINO

37. No processo de pesquisa de onde passar as férias, onde o senhor(a) busca informações para tomar sua decisão, ou seja, escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? O fator ambiental tem direta influência no processo de escolha?

Uso sempre a internet e pesquiso sempre em agências de viagens o que os locais que pretendo passar férias têm a me oferecer.

38. Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem de férias? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino de férias?

Busco sempre saber a respeito da época do ano, planejo sempre uns 3 meses antes pra poder juntar dinheiro e ter o tempo livre suficiente pra aproveitar tranquilamente as férias.

39. O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe desperta interesse em viajar? E como escolhe seu destino de viagem, a perspectiva socioambiental influi?

Busco um local que eu possa descansar bem nas férias, um local que esteja com um custo dentro do que eu posso pagar e os aspectos ambientais contam também, pois não interessante viajar para um local sujo, mal cuidado, ou que demonstre abandono pelas autoridades.

40. Especificamente falando em Natal, como tomou conhecimento deste destino de férias? E o que despertou seu interesse em conhecê-lo?

Tomei conhecimento através da Tv e da internet, me despertou interesse pelas belas paisagens, pela variedade de programas turísticos, pelas pessoas, etc.

41. No processo de tomada de decisão pela viagem a Natal, quais os fatores que o senhor(a) levou em consideração na escolha? Família, opinião de amigos, empresas especializadas, mídias especializadas ou mais abrangentes? E desses fatores que pesaram na sua escolha, quais destacaria como principais? E por quê?

Levei em consideração as empresas especializadas e a mídia, o que pesou mais na minha escolha foi a variedade de pacotes e o preço.

42. O senhor(a) já conhecia Natal ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com quem costumeiramente realiza essas viagens?

Não conhecia Natal mas parece muito com outras capitais do nordeste que eu já conheço, por exemplo Fortaleza, isso também me incentivou a conhecê-la.

43. De um modo geral, como o senhor(a) descreveria Natal, quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem de Natal?

De modo geral, Natal é um capital bem cuidada e que oferece muitas oportunidades de visitar, porém aqui em ponta negra é necessário mais atenção do poder público na reforma desse calçadão. Tá horrível.

44. O senhor(a) busca ou buscou informações sobre o destino em meios digitais? Pode falar um pouco sobre em quais mídias digitais buscou informações? Considera tais mídias boas fontes de informação, com informações de credibilidade, confiáveis?

Sim, sempre pesquiso antes de fazer uma viagem de férias, os sites e aplicativos de turismo ajudam bastante para conhecer as características, porém para fechar o pacote acho mais interessante fazer em empresas do ramo.

45. Para o senhor(a), quais as fontes de informações mais confiáveis quando está escolhendo um destino onde passar as férias? Além das citadas anteriormente.

A Mídia, especialmente a TV e empresas de turismo.

46. As opiniões positivas ou negativas dadas sobre o destino por pessoas conhecidas ou mesmo desconhecidas influenciam na sua tomada de decisão de viajar a determinado destino turístico? Quais influenciam mais na sua escolha, opiniões positivas ou negativas? Quais lhe despertam maior interesse em saber mais, quando se fala bem ou quando se aponta algum ponto duvidoso sobre o destino que quer visitar?

Elas influenciam, pois mostram um pouco da imagem que cada um teve do seu destino que passou férias e dá pra analisar os pontos positivos. Me ajuda a escolher melhor o destino de férias.

47. Quais destinos o senhor(a) pensou em visitar nessas férias? E o que o motivou a escolher Natal dentre eles?

Pensei em escolher o nordeste mesmo, para sair um pouco da rotina e aproveitar suas belezas naturais, escolhi Natal por ter um estilo de passeio que eu gosto bastante e que é bom pra se fazer em família.

48. De um modo geral, o senhor(a) está satisfeito com o destino, contaria para outras pessoas o que se passou nas férias em Natal? Existiria algum incentivo maior que lhe desperte o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Estou satisfeito, eu compartilho as informações, pois acho interessante as pessoas conhecer essa cidade que eu gostei bastante e sabendo de pontos positivos elas se interessariam mais. Natal é show.

APENDICE F

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: VICTOR HUGO DA SILVA
ORIENTADOR: MSc MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA I

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PERCEPÇÃO AMBIENTAL NO PROCESSO DE SELEÇÃO DO DESTINO TURISTICO

Esta entrevista tem como objetivo levantar dados empíricos para a realização de uma pesquisa acadêmica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do discente e pesquisador Victor Hugo da Silva do curso de Turismo. A sua participação irá contribuir significativamente na realização do estudo, assim como para o desenvolvimento de conhecimento da área pesquisada. Desde já agradecemos a sua relevante contribuição.

• CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Nome do entrevistado: Denis Alberto Duarte.

Gênero: Masculino Feminino

Idade: 14 a 17 anos 18 a 25 anos 26 a 35 anos 36 a 50 anos 51 a 65 anos
 Acima de 65 anos

Escolaridade: Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior Pós-graduado.

Ocupação: Empregado Estudante Desempregado Aposentado Autônomo Outros

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

Renda familiar mensal (soma de todos os ganhos das pessoas que moram em sua casa por mês, em média)

Até R\$545 R\$546 a R\$1090 R\$1091 a R\$2.180 R\$2.181 a R\$4.360
 R\$4.361 a R\$8.720 R\$8.721 a R\$ 17.440 Acima de R\$ 17.441

Estado de residência: _____Fortaleza_____

• ESCOLHA DO DESTINO

49. No processo de pesquisa de onde passar as férias, onde o senhor(a) busca informações para tomar sua decisão, ou seja, escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? O fator ambiental tem direta influência no processo de escolha?

Eu pesquisei primeiramente em sites de viagem ou agências de turismo, alguma coisa do tipo, contato com amigos da cidade onde estou interessado em passar férias também me ajuda a decidir.

50. Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem de férias? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino de férias?

De um a dois meses, gasto planejando esse tipo de viagem, mas também pode variar dependendo do tempo que passarei no local e se terei só um destino. Vai ver eu vou passar um mês aqui, logo, tem que ser planejado melhor, senão dá merda.

51. O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe desperta interesse em viajar? E como escolhe seu destino de viagem, a perspectiva socioambiental influi?

Apenas conhecimento turístico e o fato de conhecer novos lugares e culturas, e tento escolher o destino pela facilidade e comodidade que podem me apresentar. Eu viajo assim como qualquer outro, mas na maioria das vezes é apenas pra conhecer.

52. Especificamente falando em Natal, como tomou conhecimento deste destino de férias? E o que despertou seu interesse em conhecê-lo?

Por vários comerciais em TV, que lá em Fortaleza passa de ruma sobre Natal e também em conhecer as praias por sua fama e diversidade por serem tanto em áreas urbanas como mais desertas. O bom de Natal é que não é grande, nem é pequeno, é diferente. Eu gosto daqui.

53. No processo de tomada de decisão pela viagem a Natal, quais os fatores que o senhor(a) levou em consideração na escolha? Família, opinião de amigos, empresas especializadas, mídias especializadas ou mais abrangentes? E desses fatores que pesaram na sua escolha, quais destacaria como principais? E por quê?

Foram opiniões de amigos, acho que esse é um fator que pesa bastante pelo fato de ser a indicação de pessoas que já estiverem na cidade e pode assim afirmar se ela é ou não um bom destino de viagem. É a forma que eu confio mais, não vou mentir.

54. O senhor(a) já conhecia Natal ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com quem costumeiramente realiza essas viagens?

Sim já conhecia a cidade, prefiro cidades costeiras e com clima mais quente e geralmente me programo para fazer uma viagem dessas por ano. Nada melhor que viajar.

55. De um modo geral, como o senhor(a) descreveria Natal, quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem de Natal?

Natal é uma cidade bem agradável de passar as férias. É o que eu disse, aqui é bom porque não é grande, nem pequeno, é único sabe? Tem ótimas praias e as pessoas que trabalham com os turistas são bastante profissionais e espirituosos.

56. O senhor(a) busca ou buscou informações sobre o destino em meios digitais? Pode falar um pouco sobre em quais mídias digitais buscou informações? Considera tais mídias boas fontes de informação, com informações de credibilidade, confiáveis?

Geralmente pela internet é bem mais fácil de procurar informações sobre o destino escolhido. Existem altos sites promovendo o turismo nas cidades e esses podem ser bem úteis e confiáveis. Mas, nada como bons amigos.

57. Para o senhor(a), quais as fontes de informações mais confiáveis quando está escolhendo um destino onde passar as férias? Além das citadas anteriormente.

Amigos e familiares ou ate mesmo outros turistas que já visitaram o local e podem falar sobre ele.

58. As opiniões positivas ou negativas dadas sobre o destino por pessoas conhecidas ou mesmo desconhecidas influenciam na sua tomada de decisão de viajar a determinado destino turístico? Quais influenciam mais na sua escolha, opiniões positivas ou negativas? Quais lhe despertam maior interesse em saber mais, quando se fala bem ou quando se aponta algum ponto duvidoso sobre o destino que quer visitar?

As opiniões positivas influenciam bastante. Mas as negativas teriam que ser analisadas antes de tomar qualquer opinião, para que isso venha a ser o fator para mudar o local da viagem, para que eu não me engane seguindo opinião de uma pessoa que teve uma experiência ruim.

59. Quais destinos o senhor(a) pensou em visitar nessas férias? E o que o motivou a escolher Natal dentre eles?

Como falei antes, eu prefiro cidades costeiras e de clima quente, João Pessoa foi um dos destinos que pensei para as minhas férias. Mas promoções de passagem para Natal estavam mais em conta. Não pensei duas vezes.

60. De um modo geral, o senhor(a) está satisfeito com o destino, contaria para outras pessoas o que se passou nas férias em Natal? Existiria algum incentivo maior que lhe desperte o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

“Major, eu vou ter que ir agora. Mas, deu pra fazer com as outras questões, né?”

APENDICE G

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: VICTOR HUGO DA SILVA
ORIENTADOR: MSc MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA I

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PERCEPÇÃO AMBIENTAL NO PROCESSO DE SELEÇÃO DO DESTINO TURÍSTICO

Esta entrevista tem como objetivo levantar dados empíricos para a realização de uma pesquisa acadêmica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do discente e pesquisador Victor Hugo da Silva do curso de Turismo. A sua participação irá contribuir significativamente na realização do estudo, assim como para o desenvolvimento de conhecimento da área pesquisada. Desde já agradecemos a sua relevante contribuição.

• CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Nome do entrevistado: Pedro Queiroga Vasconcelos

Gênero: Masculino Feminino

Idade: 14 a 17 anos 18 a 25 anos 26 a 35 anos 36 a 50 anos 51 a 65 anos
 Acima de 65 anos

Escolaridade: Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior Pós-graduado.

Ocupação: Empregado Estudante Desempregado Aposentado Autônomo Outros

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

Renda familiar mensal (soma de todos os ganhos das pessoas que moram em sua casa por mês, em média)

Até R\$545 R\$546 a R\$1090 R\$1091 a R\$2.180 R\$2.181 a R\$4.360 R\$4.361 a R\$8.720 R\$8.721 a R\$ 17.440 Acima de R\$ 17.441

Estado de residência: _____ Amazonas _____

• ESCOLHA DO DESTINO

61. No processo de pesquisa de onde passar as férias, onde o senhor(a) busca informações para tomar sua decisão, ou seja, escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? O fator ambiental tem direta influência no processo de escolha?

Cara, eu gosto um pouco de procurar na internet ou, até mesmo, me informar com amigos e parentes que conheçam o local. Quanto ao clima, eu procuro lugares mais quentes e praias.. acho que isso pode ser uma influência.

62. Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem de férias? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino de férias?

Aí depende. Se é uma viagem mais curta, eu não passo mais que uma ou duas semanas pesquisando sobre o lugar que quero ir. Se a viagem for mais longa, eu passo pelo menos uns dois meses vasculhando tudo o que posso do lugar e fazendo as contas dos meus gastos.

63. O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe desperta interesse em viajar? E como escolhe seu destino de viagem, a perspectiva socioambiental influi?

Eu acho que o que mais me interessa em viagens é o fato de conhecer muita gente nova e interessante. Esse tipo de coisa é mais fácil de acontecer em países de clima tropical. As pessoas tendem a ser mais acolhedoras.

64. Especificamente falando em Natal, como tomou conhecimento deste destino de férias? E o que despertou seu interesse em conhecê-lo?

Eu sempre ouvi falar de natal pelas suas praias e hospitalidade. É o que eu sempre procuro.

65. No processo de tomada de decisão pela viagem a Natal, quais os fatores que o senhor(a) levou em consideração na escolha? Família, opinião de amigos, empresas especializadas, mídias especializadas ou mais abrangentes? E desses fatores que pesaram na sua escolha, quais destacaria como principais? E por quê?

Eu fui praticamente convencido por dois amigos que tinham passado as férias aqui. Eles falaram tão bem da cidade, que eu não tive escolha. Eu tinha que vir. Depois eu fui em uma agência de viagens e as informações se confirmaram. Sem isso, eu nunca teria me aventurado a vir.

66. O senhor(a) já conhecia Natal ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com quem costumeiramente realiza essas viagens?

Não, não. Eu não conhecia quase nada sobre Natal. Mas depois de vir aqui descobri que lembra muito algumas outras cidades litorâneas do nordeste.

Eu gosto de viajar só. Sou meio doido nessas aventuras. Os meus amigos nem arriscam me chamar pra ir com eles.

67. De um modo geral, como o senhor(a) descreveria Natal, quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem de Natal?

Véi, eu adorei a cidade e as pessoas. As praias são muito boas e as pessoas muito engraçadas. Eu só não gostei muito de alguns pontos da cidade que pareciam bagunçados e sujos. O transporte público também ficou a desejar. Depois de uma semana eu decidi alugar um carro.

68. O senhor(a) busca ou buscou informações sobre o destino em meios digitais? Pode falar um pouco sobre em quais mídias digitais buscou informações? Considera tais mídias boas fontes de informação, com informações de credibilidade, confiáveis?

Pra ser sincero, foi mais da agencia de turismo e amigos. Dei uma olhada rápida no Wikipédia, mas não dá pra se confiar naquilo ali não.

69. Para o senhor(a), quais as fontes de informações mais confiáveis quando está escolhendo um destino onde passar as férias? Além das citadas anteriormente.

Eu acho que ter pessoas que eu conheço bem e já foram para onde pretendo ir ajuda bastante.

70. As opiniões positivas ou negativas dadas sobre o destino por pessoas conhecidas ou mesmo desconhecidas influenciam na sua tomada de decisão de viajar a determinado destino turístico? Quais influenciam mais na sua escolha, opiniões positivas ou negativas? Quais lhe despertam maior interesse em saber mais, quando se fala bem ou quando se aponta algum ponto duvidoso sobre o destino que quer visitar?

Claro que sim. É onde eu mais procuro informação. Acho que as opiniões negativas pesam mais que as positivas. Prefiro ir pra um local sem muita coisa divertida, mas que eu não tenha problemas do quer ir pra algum lugar divertido que eu seja assaltado, por exemplo.

71. Quais destinos o senhor(a) pensou em visitar nessas férias? E o que o motivou a escolher Natal dentre eles?

Cara..Pensei em salvador. Mas depois de ouvir pessoas falando da violência e desordem, desisti. Sem contar que eu nunca me atraí por nada que vi do lugar.

72. De um modo geral, o senhor(a) está satisfeito com o destino, contaria para outras pessoas o que se passou nas férias em Natal? Existiria algum incentivo maior que lhe desperte o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Ahh! To sim. Por mais que eu tenha visto problemas, eu achei a cidade o máximo. Não tem como eu não falar bem da cidade quando eu voltar pra Manaus. Além dos pontos turísticos e a comida regional que eu adorei, as pessoas daqui realmente são um ótimo atrativo.

APENDICE H

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: VICTOR HUGO DA SILVA
ORIENTADOR: MSc MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA I

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PERCEPÇÃO AMBIENTAL NO PROCESSO DE SELEÇÃO DO DESTINO TURISTICO

Esta entrevista tem como objetivo levantar dados empíricos para a realização de uma pesquisa acadêmica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do discente e pesquisador Victor Hugo da Silva do curso de Turismo. A sua participação irá contribuir significativamente na realização do estudo, assim como para o desenvolvimento de conhecimento da área pesquisada. Desde já agradecemos a sua relevante contribuição.

• CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Nome do entrevistado: PAULO ROBSON MONTEIRO BRAGA

Gênero: Masculino Feminino

Idade: 14 a 17 anos 18 a 25 anos 26 a 35 anos 36 a 50 anos 51 a 65 anos
 Acima de 65 anos

Escolaridade: Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior Pós-graduado.

Ocupação: Empregado Estudante Desempregado Aposentado Autônomo Outros

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

Renda familiar mensal (soma de todos os ganhos das pessoas que moram em sua casa por mês, em média)

Até R\$545 R\$546 a R\$1090 R\$1091 a R\$2.180 R\$2.181 a R\$4.360
 R\$4.361 a R\$8.720 R\$8.721 a R\$ 17.440 Acima de R\$ 17.441

Estado de residência: RIO DE JANEIRO

• ESCOLHA DO DESTINO

73. No processo de pesquisa de onde passar as férias, onde o senhor(a) busca informações para tomar sua decisão, ou seja, escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? O fator ambiental tem direta influência no processo de escolha?

Geralmente pesquiso na internet, sinceramente a questão do fator ambiental não me influencia em nada.

74. Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem de férias? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino de férias?

Não sei responder ao certo quanto tempo eu dispenseo planejando, e tento me antecipar uns 6 meses antes.

75. O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe desperta interesse em viajar? E como escolhe seu destino de viagem, a perspectiva socioambiental influi?B

Conhecer lugares novos, culturas novas. Em pesquisas na internet, se o lugar me atrair vou querer conhecer. A perspectiva socioambiental não me influi, eu já disse. HAHAHA

76. Especificamente falando em Natal, como tomou conhecimento deste destino de férias? E o que despertou seu interesse em conhecê-lo?

Amigos que já tinham conhecido. Depois pesquisei na internet e me interessei mais ainda. Fiquei doido pra conhecer as praias daqui.

77. No processo de tomada de decisão pela viagem a Natal, quais os fatores que o senhor(a) levou em consideração na escolha? Família, opinião de amigos, empresas especializadas, mídias especializadas ou mais abrangentes? E desses fatores que pesaram na sua escolha, quais destacaria como principais? E por quê?

Opinião de amigos e mídias especializadas, com certeza a opinião dos amigos porque eles já tinham conhecido a cidade e me passaram ótimas informações. Eu só fiz comprar a passagem e vim logo pra cá.

78. O senhor(a) já conhecia Natal ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com quem costumeiramente realiza essas viagens?

Eu já conhecia sim. Mas, eu não viajo muito. Dinheiro que é bom, não tem toda vida.

79. De um modo geral, como o senhor(a) descreveria Natal, quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem de Natal?

Uma bela cidade, belas praias e limpas! Assim como toda cidade tem seus altos e baixos, um dos pontos negativos é a cidade muito “esburacada”. Mas, isso é pouca coisa, é só consertar.

80. O senhor(a) busca ou buscou informações sobre o destino em meios digitais? Pode falar um pouco sobre em quais mídias digitais buscou informações? Considera tais mídias boas fontes de informação, com informações de credibilidade, confiáveis?

Sim, eu busco. Uso o mecanismo de busca do google que me oferece uma diversidade de sites com informações bastante úteis. É só digitar que já tá prontinho, é só olhar e ser feliz. Se não fosse a internet, ia ser mal demais pra fazer turismo hoje em dia. Imagino como era antigamente.

81. Para o senhor(a), quais as fontes de informações mais confiáveis quando está escolhendo um destino onde passar as férias? Além das citadas anteriormente.

Se tiver algum amigo ou parente que conheça o lugar aonde você irá, é uma ótima fonte. Fica muito mais fácil de ir. E muito mais seguro, porque o “nativo”, nativo que eu digo que mora e tudo mais, já sabe aonde ir e aonde não ir.

82. As opiniões positivas ou negativas dadas sobre o destino por pessoas conhecidas ou mesmo desconhecidas influenciam na sua tomada de decisão de viajar a determinado destino turístico? Quais influenciam mais na sua escolha, opiniões positivas ou negativas? Quais lhe despertam maior interesse em saber mais, quando se fala bem ou quando se aponta algum ponto duvidoso sobre o destino que quer visitar?

Sim, é claro que influenciam. Porque quanto mais positiva, maior o meu interesse de conhecer o destino escolhido. Se disserem que é ruim por isso, ou por aquilo, já não vou ficar tão afim de ir.

83. Quais destinos o senhor(a) pensou em visitar nessas férias? E o que o motivou a escolher Natal dentre eles?

Só pensei em via a Natal mesmo, como eu disse anteriormente, porque meu amigos que visitaram a cidade antes me influenciaram de uma maneira positiva. Todo mundo falou que era bom demais. E mais de cinco pessoas, amigos meus, não iam dizer isso a toa, pelo menos eu acho isso.

84. De um modo geral, o senhor(a) está satisfeito com o destino, contaria para outras pessoas o que se passou nas férias em Natal? Existiria algum incentivo maior que lhe desperte o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Sim, estou muito satisfeito, o lugar é muito bonito, bonito demais. Compartilharia como todo mundo, de modo positivo essas minhas férias que foram iradas e recomendando o lugar a todos que queiram visitar futuramente. Falar mal dessas morenas daqui é que não vou.

APENDICE I

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: VICTOR HUGO DA SILVA
ORIENTADOR: MSc MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA I

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PERCEPÇÃO AMBIENTAL NO PROCESSO DE SELEÇÃO DO DESTINO TURISTICO

Esta entrevista tem como objetivo levantar dados empíricos para a realização de uma pesquisa acadêmica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do discente e pesquisador Victor Hugo da Silva do curso de Turismo. A sua participação irá contribuir significativamente na realização do estudo, assim como para o desenvolvimento de conhecimento da área pesquisada. Desde já agradecemos a sua relevante contribuição.

• CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Nome do entrevistado: Paulo Correa

Gênero: Masculino Feminino

Idade: 14 a 17 anos 18 a 25 anos 26 a 35 anos 36 a 50 anos 51 a 65 anos
Acima de 65 anos

Escolaridade: Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior Pós-graduado.

Ocupação: Empregado Estudante Desempregado Aposentado Autônomo Outros

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

Renda familiar mensal (soma de todos os ganhos das pessoas que moram em sua casa por mês, em média)

Até R\$545 R\$546 a R\$1090 R\$1091 a R\$2.180 R\$2.181 a R\$4.360 R\$4.361 a R\$8.720 R\$8.721 a R\$ 17.440 Acima de R\$ 17.441

Estado de residência: Rio Grande do Sul

• ESCOLHA DO DESTINO

1. **No processo de pesquisa de onde passar as férias, onde o senhor(a) busca informações para tomar sua decisão, ou seja, escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? O fator ambiental tem direta influência no processo de escolha?** Antes de escolher meu destino pesquisei um pouco na internet, optei por natal por causa do sol, praias... Diria até mesmo o calor. E quanto ao fator ambiental, a cidade apesar de bonita parece estar largada às traças, desculpe os modos, meu brother.

2. **Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem de férias? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino de férias?**

Com pelo menos 2 meses de antecedência. Eu passo mais ou menos umas duas semanas analisando as possibilidades, as vezes vai mais no impulso. Mas, isso ai muda de pessoa pra pessoa.

3. O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe desperta interesse em viajar? E como escolhe seu destino de viagem, a perspectiva socioambiental influi?

Busco um lugar em que possa relaxar, que não tenha muito “rush”, mas também tenha boa parte dos serviços de uma cidade grande. O interesse inicialmente se dá em relação a paisagens e depois quando aprendo um pouco mais sobre a cidade, ele aumenta... Especialmente se a cidade tiver uma boa estrutura e pontos turísticos históricos para oferecer. E quanto à perspectiva... Não, nunca influenciou não.

4. Especificamente falando em Natal, como tomou conhecimento deste destino de férias? E o que despertou seu interesse em conhecê-lo?

Um amigo foi e me disse que tinha sido uma experiência bem agradável. E depois que pesquisei um pouco mais, fiz minha cabeça, no final das contas.

5. No processo de tomada de decisão pela viagem a Natal, quais os fatores que o senhor(a) levou em consideração na escolha? Família, opinião de amigos, empresas especializadas, mídias especializadas ou mais abrangentes? E desses fatores que pesaram na sua escolha, quais destacaria como principais? E por quê?

Para mim o que conta mais é escutar opiniões de quem já esteve no local. Mídias especializadas geralmente oferecem tudo o que você precisa saber sobre o que você não precisa saber. Ou seja, prefiro a objetividade de uma opinião sincera e informal vinda de um brother meu.

6. O senhor(a) já conhecia Natal ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com quem costumeiramente realiza essas viagens?

Já conhecia algumas capitais nordestinas, tais como Fortaleza e Salvador. Normalmente eu viajo uma vez ao ano, pra turistar e tal. Mas, viajo muito pra congressos, essas coisas. Mas, nunca conheço o lugar, porque procuro me dedicar pro congresso, pelo menos.

7. De um modo geral, como o senhor(a) descreveria Natal, quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem de Natal?

Natal é ao mesmo tempo uma capital de estado e um interior tranquilo, você pode estar no centro da cidade de duas da tarde e estar cochilando no meio do nada uma hora depois. Tudo fica perto e a variedade e beleza das praias realmente me chamou a atenção.

8. O senhor(a) busca ou buscou informações sobre o destino em meios digitais? Pode falar um pouco sobre em quais mídias digitais buscou informações? Considera tais mídias boas fontes de informação, com informações de credibilidade, confiáveis?

Busquei informações na internet. E na atualidade considero a internet a maior fonte de informação. Você acha de tudo, até (na maioria das vezes) o que você não precisa saber.

9. Para o senhor(a), quais as fontes de informações mais confiáveis quando está escolhendo um destino onde passar as férias? Além das citadas anteriormente.

A fonte mais confiável é sempre um conhecido que já esteve no destino. Sempre. Mas caso não haja um, opte pela internet, já que na televisão tudo que vemos são novelas e mais novelas e jornais desinformativos.

10. As opiniões positivas ou negativas dadas sobre o destino por pessoas conhecidas ou mesmo desconhecidas influenciam na sua tomada de decisão de viajar a determinado destino turístico? Quais influenciam mais na sua escolha, opiniões positivas ou negativas? Quais lhe despertam maior interesse em saber mais, quando se fala bem ou quando se aponta algum ponto duvidoso sobre o destino que quer visitar?

Claro que sim. As opiniões positivas sempre influenciam mais, porém, não devemos nos esquecer dos riscos, riscos que temos a obrigação de conhecer através das opiniões negativas.

11. Quais destinos o senhor(a) pensou em visitar nessas férias? E o que o motivou a escolher Natal dentre eles?

Pensei em visitar canoa quebrada, Fernando de Noronha e mais uma vez Fortaleza... Na verdade escolhi Fernando de Noronha para passar alguns dias e depois Natal, e aqui estou.

12. De um modo geral, o senhor(a) está satisfeito com o destino, contaria para outras pessoas o que se passou nas férias em Natal? Existiria algum incentivo maior que lhe desperte o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Estou bastante satisfeito apesar de pequenos problemas, como a estrutura da cidade... Não se pode dirigir 2km sem passar por um buraco bem desagradável. E eu acho que deveria haver uma grande reeducação no setor turístico, a maioria dos guias de turismo e funcionários de hotel não falam inglês, nem espanhol, ou fingem que falam. Isso não foi um problema para mim, mas poderia ser para milhares de outras pessoas.

APENDICE J

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: VICTOR HUGO DA SILVA
ORIENTADOR: MSc MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA I

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PERCEPÇÃO AMBIENTAL NO PROCESSO DE SELEÇÃO DO DESTINO TURISTICO

Esta entrevista tem como objetivo levantar dados empíricos para a realização de uma pesquisa acadêmica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do discente e pesquisador Victor Hugo da Silva do curso de Turismo. A sua participação irá contribuir significativamente na realização do estudo, assim como para o desenvolvimento de conhecimento da área pesquisada. Desde já agradecemos a sua relevante contribuição.

• CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Nome do entrevistado: _____ **Igor Pinheiro Sampaio** _____

Gênero: [x] Masculino [] Feminino

Idade: [] 14 a 17 anos [] 18 a 25 anos [x] 26 a 35 anos [] 36 a 50 anos [] 51 a 65 anos
[] Acima de 65 anos

Escolaridade: Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior Pós-graduado.

Ocupação: Empregado Estudante Desempregado Aposentado Autônomo Outros

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

Renda familiar mensal (soma de todos os ganhos das pessoas que moram em sua casa por mês, em média)

Até R\$545 R\$546 a R\$1090 R\$1091 a R\$2.180 R\$2.181 a R\$4.360 R\$4.361 a R\$8.720 R\$8.721 a R\$ 17.440 Acima de R\$ 17.441

Estado de residência: _____ Recife_____

• ESCOLHA DO DESTINO

85. No processo de pesquisa de onde passar as férias, onde o senhor(a) busca informações para tomar sua decisão, ou seja, escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? O fator ambiental tem direta influência no processo de escolha?

Pelo fato de eu ter muitos amigos em todo o país, eu busco informações através deles pelas redes sociais. Rapaz, o fator ambiental não tem muita influência na minha escolha.

86. Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem de férias? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino de férias?

Não muito, já que a ideia de eu ter amigos pelo Brasil e até outros países me ajuda a planejar a viagem. Eu recebo muita ajuda deles mesmos sobre hotéis, restaurantes, etc.

87. O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe desperta interesse em viajar? E como escolhe seu destino de viagem, a perspectiva socioambiental influi?

O que todo mundo busca: conhecer os principais pontos turísticos. Viajar se torna interessante, pois desperta a curiosidade em conhecer outros locais. A perspectiva socioambiental não me influencia, pelo menos diretamente, né?

88. Especificamente falando em Natal, como tomou conhecimento deste destino de férias? E o que despertou seu interesse em conhecê-lo?

Tenho muitos amigos que moram em Natal e eles sempre me chamam para passar uns dias. Então, como não sou besta, resolvi aceitar o convite.

89. No processo de tomada de decisão pela viagem a Natal, quais os fatores que o senhor(a) levou em consideração na escolha? Família, opinião de amigos, empresas especializadas, mídias especializadas ou mais abrangentes? E desses fatores que pesaram na sua escolha, quais destacaria como principais? E por quê?

Acho que apenas a vontade de ir mesmo. É como disse antes, não me preocupo muito com perspectivas ou fatores, isso é tudo balela, pô. Apenas vou onde der vontade, desde que eu possa contar com alguém naquele lugar, se for mulher então... HAHHAHA

90. O senhor(a) já conhecia Natal ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com quem costumeiramente realiza essas viagens?

Não, não conhecia Natal, mas se tratando de uma cidade litorânea, conheci outras cidades com as mesmas características, portanto estou habituado. Eu basicamente viajo em feriados.

91. De um modo geral, como o senhor(a) descreveria Natal, quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem de Natal?

Apesar das belas praias e alguns pontos da Zona Sul da cidade bastante bonito, achei a cidade incrivelmente suja e esburacada. Uma peculiaridade é a discrepância entre a Zona Norte e a Zona Sul da cidade, eu falei bonito, né? Enfim, é que praticamente divide o que é pobre e o que é rico. Portanto, não é um lugar que eu moraria, mas serve para ficar alguns dias, na maior.

92. O senhor(a) busca ou buscou informações sobre o destino em meios digitais? Pode falar um pouco sobre em quais mídias digitais buscou informações? Considera tais mídias boas fontes de informação, com informações de credibilidade, confiáveis?

Não, não busco.

93. Para o senhor(a), quais as fontes de informações mais confiáveis quando está escolhendo um destino onde passar as férias? Além das citadas anteriormente.

Rapaz, não sei não viss? Talvez agências de viagens, e olhe lá.

94. As opiniões positivas ou negativas dadas sobre o destino por pessoas conhecidas ou mesmo desconhecidas influenciam na sua tomada de decisão de viajar a determinado destino turístico? Quais influenciam mais na sua escolha, opiniões positivas ou negativas? Quais lhe despertam maior interesse em saber mais, quando se fala bem ou quando se aponta algum ponto duvidoso sobre o destino que quer visitar?

As opiniões não me influenciam, na maior, já que a opinião é algo próprio. Portanto, preciso ir ver para saber se o local é realmente ruim ou bom. Quem escuta conversa dos outros é padre. Eu só vou saber quando eu ver, né?

95. Quais destinos o senhor(a) pensou em visitar nessas férias? E o que o motivou a escolher Natal dentre eles?

O preço das passagens estava altamente barato. No submarinoviagens.com.br, não sei se é “.com” ou “.com.br”, tu vê lá, um site primeira, que tem uma ruma de promoções de voos. Não perdi minha chance, quando vi a promoção.

96. De um modo geral, o senhor(a) está satisfeito com o destino, contaria para outras pessoas o que se passou nas férias em Natal? Existiria algum incentivo maior que lhe desperte o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Pela diversão, sim. Mas não indicaria Natal para outras pessoas, é muita bagunça pra uma cidade tão pequena Lá em Recife é mais ou menos do mesmo jeito, mas é imoralmente maior que aqui. Você entende né? Quem sabe quando a cidade estiver mais bem organizada, eu possa fazer isso.