



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

Aline Priscilla Timbó Ferreira

**INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO DESTINO TURÍSTICO**

NATAL
2012

Aline Priscilla Timbó Ferreira

**INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO DESTINO TURÍSTICO**

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

Ferreira, Aline Priscilla Timbó.

Influência do Marketing digital na escolha de Natal como destino turístico/ Aline Priscilla Timbó Ferreira. - Natal, RN, 2012.
104f.

Orientador: Prof. 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 - Monografia. 2. Marketing digital – Monografia. 3. Mídias sociais - Monografia. 4. Comportamento do consumidor – Monografia. 4. Imagem - Destino turístico – Monografia. I. Chagas, Márcio Marreiro das. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 338.48

Aline Priscilla Timbó Ferreira

**INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO DESTINO TURÍSTICO**

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.

Natal, 30 de Novembro de 2012.

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

Cássio de Freitas Barreto, M.Sc. – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Banca Examinadora

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

Dedico este trabalho à Deus,
Minha família e aos amigos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradecer à Deus, pois muitas vezes senti vontade de desistir, mas com Ele encontrei forças para seguir em frente.

À minha família que nas horas de cansaço e tédio me alegravam aos domingos, ao meu pai (Ferreira) que sempre me ajudou em todos os momentos e à minha mãe (Anasélia) que do seu jeitinho me estimulava.

Às minhas queridas irmãs, Keila, Lan e Gal que estão comigo durante toda a minha vida e que mesmo tendo nossas desavenças me apóiam. Aos meus queridos sobrinhos pela compreensão e às vezes falta do mesmo em ceder um pouco do tempo deles no computador para que eu pudesse concluir este projeto, obrigada Maria Eduarda e Flávio Alessandro.

Agradecer ao meu orientador, Márcio Marreiro que muitas vezes me deu força para continuar na batalha pela monografia e não me deixou desistir e principalmente pelas horas de dedicação.

Aos queridos amigos de faculdade, Gislainy Laise e Maria Aparecida, enfim todos eles que estiveram comigo durante esse período e alegraram os meus dias. Aos amigos da “rua”, Rudson (Pigão), Marcelo, Eduardo, Larissa Kelly, Bruna, Rita, Charliane que convivem comigo há tanto tempo e que compartilham os melhores momentos da minha vida, agradeço muito a vocês pelo apoio. Ao grande amigo que conquistei na vida, Jessione, que esteve ao meu lado nos momentos que mais precisei de ajuda, pois me alegrou, deu conselhos, carinho, atenção e compreensão.

Aos amigos distantes, Ana Patrícia, Ivo e Aldaiane que nem o acaso da vida pôde nos separar, pois são quilômetros que nos distanciam, mas no coração vocês estão sempre perto de mim, ouvindo minhas reclamações, meus conselhos e sempre com bastante saudades no peito.

Desculpa se por ventura me esqueci de citar alguém, mas todos aqueles que estão em minha vida de alguma forma são essenciais pra mim.

RESUMO

Diante do avanço das tecnologias e do crescimento elevado do turismo no Brasil e no mundo surge um novo tipo de comportamento do consumidor e como forma de atrair o mesmo, a fim de divulgar o destino e tornar a sua imagem mais competitiva entre os demais, surge também uma nova variável do marketing, o marketing digital. A partir desse contexto a proposta deste estudo é de analisar a influência do marketing digital na escolha de Natal como destino turístico na perspectiva do turista nacional. Utilizou-se o método exploratório-descritivo, para definir os objetivos e a abordagem analítica de cunho qualitativo, com relação amostragem a utilizada foi a não-probabilística por conveniência foram escolhidos a partir dos critérios de que não poderiam residir em Natal. Dentre os resultados é possível verificar que os consumidores sentem a necessidade de buscar informações através da internet e de suas mídias sociais para tomar como base a sua escolha de destino e que a imagem de Natal é considerada forte e positiva, apesar de haver contradições. Portanto esses turistas sentem a necessidade de compartilhar as experiências com outros potenciais turista, a fim de divulgar e expor a sua satisfação ao visitar o destino.

Palavras-chave: Marketing digital. Internet. Mídias sociais. Natal. Imagem do destino. Turistas.

ABSTRACT

Given the advancement of technology and high growth of tourism in Brazil and in the world comes a new kind of consumer behavior and as a way to attract the same in order to disclose the fate and make your image more competitive among the other arises also a new variable marketing, digital marketing. From this context the aim of this study is to analyze the influence of digital marketing in choosing Natal as a tourist destination in the national tourist perspective. We used exploratory and descriptive method to define the objectives and qualitative analytical approach with respect to sampling was used to non-probabilistic convenience were chosen from the criteria that could not reside in Natal. Among the results we can see that consumers feel the need to seek information through the Internet and its social media to build upon your choice of destination and the image of Christmas is considered strong and positive, although there are contradictions. So these tourists feel the need to share experiences with other potential tourist, to publicize and expose their satisfaction to visit the destination.

Keywords: Digital Marketing. Internet. Social media. Natal. Image of destination. Tourists.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1- Estratégias marketing na Internet.....	19
QUADRO 2 - Motivações e necessidades dos consumidores	23

LISTA DE TABELAS

TABELA 1- Questões da pesquisa.....	29
TABELA 2 - Amostra quanto ao gênero	32
TABELA 3 – Perfil dos entrevistados	33
TABELA 4 - Origem dos entrevistados	35

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Problema	11
1.2 Justificativa	13
1.3 Objetivos	15
1.3.1 Geral	15
1.3.2 Específicos	15
2 MARKETING DIGITAL.....	16
2.1 Conceitos do Marketing Digital.....	16
2.2 Ferramentas do marketing digital.....	18
2.3 Comportamento do consumidor	21
2.4 Modelo de escolha de destino	25
3 METODOLOGIA	27
3.1 Tipo de Estudo	27
3.2 Universo do Estudo	28
3.3 Coleta de Dados	29
3.4 Análise de dados	30
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	32
4.1 Perfil da amostra	32
4.2 Transmissão da imagem	35
4.3 Divulgação do destino através da Internet	37
4.4 Influência da escolha do destino	39
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERÊNCIAS	44
APÊNDICES	46

1 INTRODUÇÃO

1.1 Problema

O turismo nos últimos anos vem se expandindo como a mais importante atividade econômica do país e do mundo, tornando-se um dos setores com mais enfoque para o desenvolvimento de muitas localidades e provocando diversas mudanças sociais (DIAS; CASSAR, 2005).

A partir dessa perspectiva faz-se necessário a compreensão do estudo do turismo no Brasil e no mundo, pois o mesmo está crescendo a partir da perspectiva social de crescimento econômico para toda uma população. “Nesse contexto global, o turismo é considerado hoje a atividade econômica mais importante, sendo que, em alguns países, regiões e localidades, ele é determinante nos rumos do desenvolvimento” Dias e Cassar (2005, p. 4).

Devido à expansão turística existente no país, o Rio Grande do Norte também vem passando ao longo dos anos por uma relevante ascensão no setor do turismo nacional e internacional, a partir do bom desempenho da sua capital, Natal (CHAGAS; DANTAS, 2008).

Diante deste crescimento do setor turístico em todo o mundo é preciso criar diferenciais a fim de diminuir a concorrência com outras localidades que promovem o seu destino com atrativos turísticos semelhantes da cidade do Natal e assim, manter esse padrão de destino procurado por turistas. Segundo Chagas e Brandão (2009) a competitividade entre os destinos torna-se mais acirrada, o que corrobora com a necessidade do desenvolvimento de diferenciais, por parte deles, para que possam almejar os benefícios trazidos pela atividade.

Para Machado (2010, p. 14) “com a evolução do mercado, o aumento da competição entre os destinos e a importância econômica crescente da atividade turística, o turismo passou a ser uma vertente de estudos de destaque na área do marketing”. Com o intuito de dar consistência à oferta turística, estimular diversas pessoas a conhecer a localidade e criar novas formas de divulgar a imagem dos atrativos turísticos entre os potenciais consumidores, tornando-os diferentes de outras cidades com o mesmo potencial em questão. O que implica na atualização de métodos modernos de gestão para a melhoria da eficácia da recepção e acolhimento dos viajantes.

Segundo Mello, Rocha (200?) desde os anos 1990, a Internet cresceu de forma exponencial, tornando-se uma das maiores inovações tecnológicas e sociais da atualidade, alterando radicalmente a forma de como os negócios são conduzidos no mundo.

O perfil do consumidor está mudando diante do surgimento das novas tecnologias de informação, para Conrado (2011, p. 44) “A internet é uma rede de pessoas, não de computadores, e deve ser olhada como tal. É preciso entender o ser humano para entender a internet”, portanto para usufruir os serviços que a internet proporciona é preciso entender o novo comportamento do consumidor para melhor atender a suas expectativas.

A partir desta perspectiva o consumidor assumiu um perfil diferenciado, diante do mesmo a empresa deve criar novos métodos de marketing utilizando a internet (digital) com o intuito de adaptar-se a esse novo comportamento, pois de acordo com Vaz (2008, p. 26) “entender a internet é entender o próprio ser humano e seus anseios pós-modernos. É entender suas carências, seus novos valores, nestes tempos de vanguarda, e compreender suas crenças e descrenças”.

Devido à constante atualização dos meios de comunicação e tecnologias de informação que estão cada vez mais acessíveis a toda a população, as empresas utilizam o marketing digital, como conjunto de ações de marketing que são mediados por canais eletrônicos como a internet, em que o cliente controla o tipo da informação que deseja receber e como receber o mesmo.

Para Torres (2010, p. 7) “O marketing digital é o conjunto de estratégias de marketing e publicidade, aplicadas a Internet, e ao novo comportamento do consumidor quando está navegando. Não se trata de uma ou outra ação, mas de um conjunto”. Portanto, “[...] compreender o comportamento do turista é importante no planejamento de estratégias de marketing e no próprio papel do turismo com indutor do desenvolvimento social e econômico de qualquer localidade, região ou país” Dias e Cassar (2005, p. 121).

A inserção da localidade nas redes de internet ameniza a concorrência e deixa todos os lugares no mesmo patamar, pois cabe ao usuário escolher o que ele pretende ver e analisar o seu destino através das informações obtidas, pois o mesmo pode encontrar uma vasta gama de opções de lugares com diferentes atrativos e produtos turísticos.

Diante do mesmo é de fundamental importância o uso do marketing digital nas empresas para a diferenciação de um destino turístico a outro, onde através do mesmo os turistas podem dar as suas opiniões, sugestões, críticas, postar vídeos e fotos na internet que

outras pessoas ao ver esse tipo de modelo de negócio, marketing viral, conhecido como boca a boca via *web* sintam-se interessados em conhecer a região ali exposta.

No entanto não são todos os consumidores que buscam informações somente através do meio digital por causada falta de credibilidade nas informações ali expostas, portanto é válido salientar que as agências de viagens têm como objetivo levar o produto final as pessoas e mesmo diante dos avanços das tecnologias de informação implantadas no mesmo, muitos clientes ainda preferem o contato “cara a cara” com o “vendedor” onde as empresas podem garantir fidelidade e proporcionar com isso uma maior vantagem competitiva, contudo a partir do mesmo estudo, devem-se analisar quais são esses tipos de clientes que buscam a informação através do meio digital.

Portanto a partir do surgimento desse tipo de marketing digital, as agências de viagens e turismo também estão adentrando no mundo virtual a fim de aproximar-se cada vez mais desses “novos consumidores”.

Deste modo, com base no que já foi exposto, este estudo tem como questionamento analisar qual a influência do marketing digital na escolha de Natal como destino turístico na perspectiva do turista nacional?

1.2 Justificativa

A importância do estudo desse tema deu-se através da vontade de entender como o consumidor-turista lida com a imagem das localidades a serem ofertadas como destino turístico através marketing digital, como o mesmo sente-se atraído e qual a primeira visão que eles têm na internet de como é o local a ser visitado. Além disso, o tema é importante para a sociedade, principalmente para as empresas, os turistas e a comunidade local entenderem a influência que a internet tem de divulgar e promover um destino turístico seja esse um ponto positivo ou negativo.

Do ponto de vista teórico esse estudo se justifica como sendo de grande valia para engrandecer o acervo bibliográfico do tema em questão, contribuindo para futuras pesquisas, pois durante a busca por conteúdos relevantes para a elaboração do mesmo foi diagnosticado muita dificuldade para encontrar arquivos (artigos, teses, livros, dentre outros) referentes ao tema no idioma português mostrando com isso que o tema é pouco discutido no Brasil, talvez pelo fato do assunto ser bastante inovador e ainda esteja avançando no país.

Do ponto de vista prático, com o aumento das tecnologias de informação e o uso da internet como meio de aproximação dos clientes ao produto ofertado é necessário o aprofundamento do estudo sobre o tema, para que aja interesse das empresas e dos órgãos competentes em demonstrar cada vez mais a imagem positiva do local a ser visitado pelo consumidor em potencial, a fim de atrair um número favorável de turistas e despertar neles o interesse em voltar a visitar a localidade.

Para Vaz (p.32, 2008) “No Brasil já há mais de 120 milhões de celulares. Quando o *móBILE marketing*, por meio destes aparelhos, estiverem acessíveis a todos esses consumidores, as empresas se interessarão mais”. Com isso as empresas devem criar formas para atrair esse novo tipo de comportamento humano, utilizando o marketing digital para divulgar e promover o seu produto.

Além dos aspectos citados, é relevante o fato de ter um número significativo de usuários das redes sociais (MSN, Orkut, Facebook e Twitter) e YOUTUBE em todo o mundo, estas serão de suma importância, pois é através do uso do mesmo que os clientes/consumidores geram e visualizam as mídias sociais. Paralelo a estas informações, serão realizadas pesquisas bibliográficas de teóricos sobre o tema, como Barreto, Chagas e Fernandes, (2010), Chagas, (2007), Machado e Gosling, (2010) e Torres (2010).

Levantar determinados dados contribui para analisar como a imagem de Natal é transmitida através da internet, como o consumidor busca as informações sobre a localidade a ser visitada, como os turistas se satisfazem após a visita e como as empresas exploram esse tipo de marketing em potencial.

É de válida importância salientar que a imagem é representada individualmente por cada consumidor em relação a uma localidade, podendo com isso demonstrar: críticas, sugestões e elogios sobre o mesmo. Porém, a partir dessa informação, cabe aos turistas e usuários das redes sociais, avaliarem o que pode ser relevante para a sua experiência e escolha com base no destino turístico a ser escolhido. Assim como nas redes sociais as empresas também podem criar em seus sites locais para que os consumidores possam deixar a sua opinião diante do mesmo e caso seja explanado alguma crítica esta deve ser de fundamental importância para o melhoramento da questão a ser citado.

Neste sentido, a pesquisa se desenvolverá num constante transitar dos aportes teóricos aos conhecimentos empíricos, para que neste movimento, o leitor possa ter uma visão panorâmica da influência do marketing digital no âmbito do turismo da capital potiguar.

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Analisar a influência do marketing digital na escolha de Natal como destino turístico na perspectiva do turista nacional.

1.3.2 Específicos

- a) Averiguar o que atrai esses turistas a vinda de Natal.
- b) Investigar como esse tipo de Marketing ajuda na divulgação de Natal diante de suas concorrentes.
- c) Identificar como as informações obtidas pelas mídias influenciam na decisão de escolha dos destinos a ser visitado.

2. MARKETING DIGITAL

2.1 Conceitos do Marketing Digital

O marketing digital possui várias definições exposta por autores, onde cada o cita através de percepções distintas. Definir o conceito de marketing é bastante complexo, pois o mesmo renova-se a cada dia e as pessoas dão significados diferentes, por isso a importância de expor opiniões para que o entendimento do mesmo seja feito através da junção de conhecimentos adquiridos.

Diante disso, pretende-se com esta pesquisa, discriminar alguns conceitos para que se obtenha êxito com relação ao seu entendimento e que o conceito de marketing digital seja exposto com maior exatidão e clareza.

Dias e Cassar (2005, p. 45) “O marketing – como função organizacional ou como área do conhecimento – tem sua origem fundamentada em necessidades, desejos e consequentes demandas por produtos e serviços”. De acordo com o que foi exposto os autores deixam em evidencia de que o interesse do profissional do marketing juntamente com a empresa é de atender as necessidades e os desejos dos consumidores para gerar demanda com isso o produto passa a ser ofertado e consumido pelas pessoas.

Para Santos (2010, p. 20) “O *marketing* tem por essência o processo de trocas de produtos ou serviços, onde uma das partes oferta algo de valor a fim de conseguir a satisfação com necessidade suprida da parte objetivada”.

Em outra definição dada por Dias e Cassar (2005), eles definem marketing no que se referem à satisfação das necessidades dos elementos envolvidos com o processo de troca de bens, abrangendo entre eles os seus produtores, seus consumidores e todos aqueles que a esse processo se relacionam direta ou indiretamente. Com isso observa-se que o marketing é caracterizado como a oferta de um serviço prestado para o consumidor com a garantia de que o mesmo possa adquirir o produto e sentir-se satisfeito.

De acordo com Amaral (2008) os principais objetivos da comunicação de marketing são o de tornar a organização e seus serviços conhecidos e atraentes para o público em potencial e manter os consumidores fiéis bem informados sobre a realidade da empresa.

A partir do avanço da internet e o surgimento da Era da digital é importante a atualização de novas alternativas do uso de marketing necessárias para atrair um maior numero de consumidores em potencial, por isso o profissional responsável por essa área de

atuação deve satisfazer as necessidades dos clientes de maneira eficiente e eficaz aproximando-se de forma direta, a fim de ir até onde esse consumidor está. Portanto a junção destas origina o *Marketing Digital*.

É válido salientar que o conceito de marketing é muito mais amplo que marketing digital, ou do comercial e da propaganda, que para algumas empresas é representado somente pelo termo marketing digital, além do mais o seu conceito tem o mesmo sentido do marketing, porém a forma de sua divulgação é que o caracteriza como sendo digital.

Para Fascioni (2007) e Torres (2010), a definição de marketing digital é entendida como uma maneira de se fazer marketing através de ações de comunicação que as empresas utilizam com recursos digitais, podendo ser representados via Internet e ao novo comportamento do consumidor quando está navegando. Não se trata de uma ou outra ação, mas de um conjunto.

Na apostila sobre Marketing digital (não paginada) é definido como sendo:

[...] ações de comunicação que as empresas podem se utilizar por meio da Internet e da telefonia celular e outros meios digitais para divulgar e comercializar seus produtos, conquistar novos clientes e melhorar a sua rede de relacionamentos.

O marketing digital utiliza a internet em conjunto com tecnologias de informações, a fim de atingir objetivos de marketing e divulgação das empresas. Atualmente o marketing digital torna-se indispensável diante do mundo informatizado onde as informações colocadas nas redes têm uma propagação rápida e atingem um grande número de pessoas, principalmente com a expansão das tecnologias *móBILE* que permite que os usuários estejam conectados a todo o momento (Vaz, 2008).

De acordo com Torres (2009, p. 61) “[...] incluir a Internet como parte de seu planejamento de marketing, criando ações integradas que permitam utilizar melhor os recursos disponíveis, é fundamental”, pois através do uso do mesmo serão utilizadas ferramentas responsáveis pela divulgação e promoção do produto, a fim de que o mesmo seja exposto para diversas pessoas e tenham suas necessidades atendidas.

Através das definições expostas anteriormente é possível verificar que o marketing digital tem como principal objetivo a divulgação e promoção de um determinado produto através do uso digital, aproximando-se cada vez mais dos seus consumidores em potencial garantindo-lhe a satisfação, além da troca e venda de bens e serviços com o intuito de aumentar a demanda da empresa.

Segundo a apostila de Marketing Digital (não paginada) “A nova tendência de pesquisar mercados, divulgar produtos, serviços e marcas corporativas nesse ambiente virtual é que podemos definir como o objetivo principal do Marketing Digital”.

2.2 Ferramentas do Marketing Digital

De acordo com Torres (2009, p.45):

Quando você ouve falar de marketing digital, publicidade on-line, marketing web, publicidade na internet ou quaisquer outras composições criativas que se possa fazer dessas palavras, estamos falando em utilizar efetivamente a internet como uma ferramenta de marketing, envolvendo comunicação, publicidade, propaganda e todo o arsenal de estratégias e conceitos já conhecidos na teoria do marketing.

Para Dias e Cassar (p. 51, 2005), “o marketing digital é o caso particular de esforço de marketing por meio de ferramentas e meios digitais”, para isso é preciso que as empresas saibam utilizar as ferramentas que a *internet* pode proporcionar para que os clientes sintam-se satisfeitos.

Diante dessa perspectiva, as empresas devem utilizar essas ferramentas de informação como forma de *e-commerce*, definido por Rocha e Mello (200?) como processo de compra, transferência ou troca de produtos e serviços para promover-se através da *internet*, uma vez que, esta ferramenta cresce como forma de divulgação diante dos seus consumidores, como fonte de pesquisa do produto ofertado antes mesmo de conhecê-lo pessoalmente.

Visando trabalhar questões tão diversificadas e entender o processo de comunicação de marketing, é necessário aprofundar o conhecimento mediante seus instrumentos e possibilidades de utilização, pois as ferramentas de comunicação de marketing são importantes nos serviços e ajudam a criar imagens impactantes, bem como um sentido de credibilidade, confiança e tranquilidade. Haja vista que, sem uma comunicação eficaz, clientes com potencial talvez nem tomem conhecimento da existência de uma empresa, daquilo que ela tem para lhes oferecer ou de como utilizar seus produtos para obter o melhor proveito possível.

Outro tipo de marketing que está inserido nas redes de informações é o marketing viral que de acordo com Torres (2010, p. 29), pode ser definido como sendo o “conjunto de ações de marketing digital que visam criar repercussão, o chamado *buzz* ou boca a boca, com grande repercussão da sua mensagem de uma para milhares ou milhões de pessoas”.

Esse tipo de marketing não está relacionado apenas ao contato “cara a cara” entre as pessoas, mas também recebe a influência direta dos usuários de *internet*, pois são eles que divulgam e transmitem informações para outras pessoas independentes do contato físico ou não. Esse tipo de marketing gera com isso a mídia social, associado a conteúdos gerados e compartilhados pelas pessoas nas redes sociais facilitando a circulação da divulgação pela rede e para demais interessados no assunto.

Não necessariamente uma variável do marketing independa de outras, pois para que o marketing digital possa ter uma proporção maior é necessária à divulgação mais popular e feita pelos próprios consumidores, através do uso do marketing viral. Onde as pessoas divulgam informação para outras através do uso do mesmo, pois é mais fácil as pessoas confiarem num amigo do que em outra pessoa que você nem conhece, pois de acordo com a satisfação do cliente, o mesmo pode repassar a informação de forma positiva ou não, criticando ou sugerindo-lhe a outras pessoas com o uso da internet.

Segundo Vaz (2008), o público de internet é muito mais crítico (por ser jovem e ter uma formação melhor) do que aquele que não dispõe de acesso à rede, o que torna um leitor mais difícil de ser convencido ou persuadido por propagandas. Com isso as empresas devem criar formas de atrair esse novo consumidor, utilizar quantos canais for necessários para levar uma determinada mensagem ao cliente, maneiras alternativas para prender a atenção do mesmo e fazer com que o seu site seja recomendado, aproximando-se da realidade do consumidor.

Como forma de atrair novos consumidores Torres (2009, p. 69) demonstra no Quadro1 estratégias de marketing digital responsáveis por atrair novos consumidores com o uso da Internet:

QUADRO 1- Estratégias marketing na Internet

Estratégica de marketing	Estratégica de marketing digital	Ações táticas e operacionais	Tecnologias e plataformas empregadas atualmente
Comunicação Corporativa Relações públicas	Marketing de conteúdo	Geração de conteúdo Marketing de busca	Blogs SEO/SEM
Marketing de relacionamento	Marketing nas mídias sociais	Ações em redes sociais Ações com blogueiros	Orkut, Twitter, Facebook, Youtube, LinkedIn etc
Marketing direto	E-mail Marketing	Newsletter Promoções lançamentos	E-mail SMS
Publicidade e propaganda Marketing de guerrilha	Marketing viral	Postagem de vídeos, animações e musica Publicações de widgets	Redes sociais Youtube Widgets virais

Publicidade e propaganda Branding	Publicidade on-line	Banners Podcast e videocast Widgets Jogos on-lines	Sites e blogs Mídias sociais Google Adwords
Pesquisa de mercado Branding	Pesquisa on-line	Busca de clipping Monitoramento de marca Monitoramento de mídias	Google Redes sociais Clipping

Fonte: Adaptado de Torres (2009).

Através da utilização destas estratégias as empresas repassam as formas de divulgação necessárias para que o seu produto seja reconhecido entre as pessoas adeptas à Era digital, criando com isso o contato direto com os seus consumidores em potencial e mostrando a eles o seu real interesse em aperfeiçoar a satisfação do cliente.

A fim de aproximar-se cada vez mais dos seus clientes as empresas devem criar meios de interação direta com o consumidor uma vez que o novo perfil do consumidor está ligado diretamente às mídias e redes sociais.

Nos dias atuais para ter uma relação com os consumidores às informações dos surgem na internet através de sites como: YOUTUBE, Orkut, Facebook, Twitter, blogs, pois são redes de internet em que o próprio consumidor expõe a sua opinião e divulga a sua mídia social e pode ser utilizado como ferramenta para a empresa difundir o marketing digital.

Torres (2009) e Vaz (2008) demonstram algumas formas de como a empresa pode criar um relacionamento direto com o consumidor através dos meios citados:

- Web site: página própria da empresa e através do mesmo poderá ser vendido produtos diretamente no site, como forma de venda direta;
- E-mail: correio eletrônico, utilizado para manter o contato com os clientes/consumidores e para envio de malas diretas como forma de divulgação e propaganda dos serviços;
- Banners: através do mesmo a empresa está visível em outros sites com o intuito de atrair a atenção dos clientes em potencial.
- Blogs: paginas pessoais onde o autor escreve sobre assuntos do seu interesse e relaciona-se com outras pessoas através dos comentários;
- Redes sociais: Rede de internet que as pessoas criam perfis e trocam mídias sociais e compartilham comentários entre si, ótima oportunidade para divulgar promoções, por exemplo: *Facebook, Twitter, MySpace, Orkut*, dentre outras.

- Compartilhamento de Vídeos e Imagens: Pessoas utilizam esse tipo de rede de internet a fim de divulgar vídeos e imagens para outras pessoas assim como trocar comentários, exemplos: *tumblr, Instagram, youtube*.

A partir deles, as empresas aproximam-se do perfil dos consumidores ocasionando um maior relacionamento a fim de se promover e divulgar seus produtos. Segundo Torres (2010), o uso do marketing nas mídias sociais é o conjunto de ações de marketing digital que visam criar relacionamento entre a empresa e o consumidor, para atrair a sua atenção e conquistar o consumidor *online*.

Com o intuito de atrair o maior numero de consumidores e divulgadores do seu produto é necessário investir em diversas formas de ferramentas na internet, pois cada consumidor apresenta um comportamento e sente-se atraído de forma diferenciada.

Através do uso dessas ferramentas a internet passou a ser uma constante troca de comunicação entre empresa e consumidor, onde relatam detalhes do que compram, utilizam e podem demonstrar o feedback do produto ofertado. Não basta apenas que a empresa crie o seu perfil e divulgue o seu serviço, é preciso criar um relacionamento contínuo ocasionando com isso a troca de experiências e informações.

Para Adolpho (2011, p. 45) “hoje temos a comunicação em nossas mãos, podemos eliminar ruídos, mal-entendidos ou boatos simplesmente escrevendo um blog, gravando um vídeo no Youtube ou *twittando*. É a era do relacionamento direto com o mercado”.

2.3 Comportamento do consumidor

O papel do consumidor tem como relação com o produto turístico o complemento para que os profissionais do marketing façam o seu entendimento, com isso o cliente/consumidor demonstra às empresas a sua necessidade e as empresas garantem ao consumidor adaptar-se ao seu perfil, escolhendo assim o seu público alvo para melhor atendê-lo e desenvolver outros meios de marketing para atrair pessoas com outros perfis, a fim de aumentar a sua gama de interessados.

Cada vez mais os consumidores ficam mais exigentes com relação à decisão de compras ofertadas pelas empresas e com o aumento de produtos concorrentes é necessário que as organizações criem alternativas para melhor divulgar os seus serviços, por isso conhecer e entender as necessidades e os desejos das pessoas passou a ser uma das prioridades dos profissionais responsáveis pelo marketing.

Para Rambalducci (2010):

Comportamento do Consumidor é o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou dispõem de produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer necessidades ou desejos, abrangendo as questões que influenciam o consumidor antes, durante e depois da compra.

Segundo Dias e Cassar (2005), o comportamento do turista, como consumidor de um serviço, não difere muito de outros consumidores, pois se trata de optar por adquirir ou utilizar um produto ou um serviço. A partir do mesmo percebe-se a importância do consumidor para as empresas, pois para que o serviço seja aceito pelo mesmo é preciso despertar o interesse no indivíduo através de fatores indutores.

Compreender o comportamento do turista é importante no planejamento de estratégias de marketing e no próprio papel do turismo como indutor do desenvolvimento social e econômico de qualquer localidade, região ou país.

O estudo do comportamento do consumidor não deve ser apenas generalizado, porém faltam estudos mais aprofundados sobre o consumidor dos produtos turísticos.

Diante do mesmo faz-se necessário um maior entendimento sobre o comportamento do consumidor e como ele interfere nas empresas, ou seja, cabe ao profissional do marketing identificar o que acontece no consciente do consumidor/cliente entre o estímulo externo e a sua decisão de compra. Porém não é somente conhecer as características de um consumidor específico, é de extrema relevância entender a abordagem escolhida para um determinado grupo de consumidores, pois a opinião de um grupo pode influenciar na escolha da compra de um indivíduo.

De acordo com Dias e Cassar (2005 p. 121) no seu processo de aquisição de um produto turístico devemos analisar o comportamento do turista como um subconjunto dos consumidores de modo geral – participando de uma experiência turística e sendo influenciado por fatores internos (relacionados com o sistema turístico) e por fatores externos.

A fim de conhecer determinado produto ou serviço, os consumidores recebem influências do seu comportamento através de diversos fatores internos como: cultural, social, pessoal ou psicológico que somados aos fatores externos e os de marketing atuam sobre o potencial turista levando-o a consumir o desejado.

Portanto é necessário introduzir variáveis específicas aos produtos, tais como gosto, atitude, status, prestígio, função e etc, itens que não são aceitos da mesma forma por diferentes consumidores. A partir do conhecimento mais aprofundado sobre o consumidor, é

possível saber com mais segurança seus comportamentos de compra e de consumo, pois o mesmo recebe influências de fatores internos constantes, contudo deve-se deixar transparecer sua aceitação de estilos, sua resistência, seus costumes e seus hábitos de compra. Os costumes de vida dos consumidores também se relacionam com fatores externos, tais como renda, atividade profissional, estilo de moradia, formas de lazer, etc.

Ao analisar esses fatores internos e externos as empresas coletam informações necessárias para estabelecer um relacionamento direto com o cliente, implicando-o na escolha de estratégias de marketing para atraí-lo e auxiliar a empresa a definir os seus mercados e identificar oportunidades e ameaças.

Além destes fatores, no momento da compra o consumidor também se confronta com uma série de escolhas/decisões, tais como quanto gastar *versus* quanto poupar, que produtos e/ou serviços adquirir, quais as fontes de compras devem ser consideradas, que condições de compra serão mais convenientes etc.

A partir dessas variáveis indutivas é válido salientar que o mercado deve levar em consideração o perfil do consumidor que deseja comprar o serviço, a fim de adotar a melhor estratégia de marketing que desperte o interesse do consumidor/cliente pelo produto a ser ofertado, pois não se deve fazer apenas uma forma de divulgação, pois cada pessoa sente-se atraída pela propaganda de uma maneira diferenciada, com isso o posicionamento e a diferenciação de um produto devem estar baseados na compreensão dos benefícios do produto que são procurados pelo público-alvo.

Como forma de identificar as necessidades do comportamento do consumidor, Dias e Cassar (2005, p. 125) classificam as motivações pela definição das estratégias de marketing, a fim de atender as necessidades, como demonstra o quadro a seguir:

QUADRO 2 - Motivações e necessidades dos consumidores

MOTIVAÇÕES	NECESSIDADES
Motivações pessoais	1. Necessidade de contato com a natureza. 2. Necessidade de escapar das pressões: coletivas; profissionais; familiares; religiosas; e sociais; 3. Necessidade de conhecimentos
Motivações familiares e tribais	1. Necessidade de encontrar certo estilo de vida familiar, que a vida cotidiana impede ou proíbe. 2. Necessidade de reagrupamento da célula familiar na época de férias. 3. Necessidade de separar o grupo familiar na época de férias. 4. Necessidade de participar da vida dos filhos no período

	de formação durante as férias.
Motivações sociais	<ol style="list-style-type: none"> 1. Necessidade de imitação ou como se situar no grupo. 2. Necessidade de singularidade ou como se distinguir do grupo. 3. Necessidade de se realizar ou aspiração a cultura. 4. Necessidade de ver e de tocar o que a informação turística nos facilitou. 5. Necessidade de se evadir dos entornos sociais e de trabalhos cotidianos. 6. Necessidade de mudanças do entorno habitual humano e de busca de novas pessoas.

Fonte: Adaptado de OMT e Robert Lanquar (MONTEJANO, 1996, P. 153) apud DIAS; CASSAR (2005, p. 125).

A partir da interpretação desta tabela é possível observar como as necessidades podem ser atendidas, através das motivações de cada indivíduo.

Através do estudo do perfil do cliente/consumidor a empresa passa a fazer divulgações específicas do marketing, para melhor atender a necessidade do mesmo ocasionando assim a uma maior facilidade no momento da busca do destino a ser visitado, pois a tendência é que a propaganda feita através do uso do marketing seja aceita com maior facilidade, pois a forma desenvolvida em virtude das pesquisas analisadas através das empresas tem como finalidade atrair o consumidor cada vez mais demonstrando com isso o interesse em fidelizar o contato, a fim de sempre oferecer soluções imediatas ao cliente-consumidor.

Diante do que foi exposto pelo profissional do marketing o cliente percebe a sua importância e cria um sentimento de satisfação com o seu fornecedor de serviços, porém cabe a empresa preservar essa troca direta de relacionamento para que no futuro o mesmo não deixe a desejar.

De acordo com Rambalducci (2010, não paginado)

[...] quando uma marca consegue satisfazer necessidades ou desejos específicos de um consumidor, terá por recompensa vários anos de fidelidade criando um elo muito difícil de ser rompido pelos concorrentes.

Portanto caso isso não aconteça à empresa pode despertar a indignação de diversas pessoas que confiaram na credibilidade da empresa em questão, pois atualmente os clientes sentem essa necessidade de desabafo e como forma de repassar as informações para outras pessoas divulgam as empresas nas redes de informações, sendo esses motivos bons ou ruins.

2.4 Modelo de escolha de destino

A escolha do destino recebe a influência direta do comportamento do consumidor, pois são os turistas que consomem os produtos turísticos e influenciam as empresas sobre seus desejos e necessidades através dos fatores internos e externos (mencionados anteriormente), portanto a escolha do destino depende do perfil diferenciado de que cada consumidor demonstra através das observações de fatores favoráveis aos serviços prestados e o interesse pelos mesmos.

Além dessas variáveis os clientes também sentem o interesse na busca por produtos turísticos diferenciados de outras localidades. De acordo com Lemos et al. (2010, p. 275):

Há atrativos turísticos que são peculiares e específicos de determinados destinos turísticos como os atrativos naturais, culturais e eventos da localidade. Também há elementos de aspectos gerais existentes na maior parte dos destinos turísticos, embora com alguma variação, como segurança, conforto, facilidades de acesso, infraestrutura mínima, etc.

A partir do mesmo é possível observar que o consumidor leva em consideração diversos elementos antes de escolher o destino a ser visitado, como fatores internos as pessoas escolhem um destino devido as suas necessidades como, por exemplo: a presença de familiares moradores daquele local, busca por festas, trabalho, cultura, descanso, fuga da rotina ou simplesmente por curiosidade.

Os fatores externos importantes para a escolha adequada de um destino podem ser observados através da infraestrutura (vias de acesso, hospitais, policiamento, etc), gastos possíveis, locomoção, hospitalidade, conforto no local escolhido para a hospedagem, eficácia da propaganda, qualidade dos serviços, tratamento adequado por parte das pessoas que o atendem, promoção e sazonalidade dentre outras variáveis que influenciam para que o destino seja aceito para visitaçao do cliente em potencial. No entanto o turista não leva em consideração apenas um desses fatores como sendo negativo ou positivo, mas também um conjunto de acontecimentos que configuram o setor turístico como um todo.

Para Torres (2010) a grande maioria dos consumidores usam as tecnologias de informação como fonte de informação para construir sua imagem sobre produtos e serviços, antes de tomar sua decisão de compra. Atualmente a busca pelo destino através da internet torna-se frequente, pois as pessoas sentem a necessidade de ver opiniões reais de pessoas que já frequentaram o lugar que o consumidor-cliente deseja ir, sendo pelos mesmos motivos ou

não, porém cabe a esse tipo de cliente analisar as opiniões relevantes para a sua pesquisa de destino.

Através do marketing digital muitos consumidores são influenciados na sua escolha de destino através do uso da internet e das redes sociais, pois os consumidores geram mídias sociais onde são expostas opiniões para potenciais consumidores relevarem o que lhe agradam, pois os mesmos tiveram a necessidade de visitar aquela localidade devido à influência de fatores internos ou externos que o diferem de outros potenciais turista deseja conhecer.

O conteúdo gerado pelo consumidor através da internet para os usuários da rede podem influenciar as informações a cerca da construção das suas necessidades sendo elas internas ou externas, através de fotos, vídeos, blogs ou mídias sociais postadas nas redes sociais como: Facebook, Orkut, Twitter e YOUTUBE. As necessidades de cada consumidor/cliente são expostas de maneiras diferentes que independem de individuo para individuo, portanto as pessoas vão à busca de determinado local por motivos diversos. No entanto se certa localidade não apresentar muitas opiniões positivas certamente o consumidor descarta a possibilidade de visita ao local.

Além desse tipo de marketing feito pelos usuários individualmente, através das mídias sociais também cabe às empresas, cidades e estados divulgarem o seu destino de maneira realista e diversificada a fim de atingir a todos os públicos e aumentar o interesse em conhecê-lo, pois assim como tem turistas que buscam na internet locais que já o atraem a partir de uma variável, também existem locais que apenas através das opiniões positivas despertam ao consumidor-turista o interesse em conhecer os seus atrativos turísticos.

De acordo com Torres (2009, p. 67) “A inovação constante da internet torna difícil a definição de modelos, e há os que preguem que o ideal é não haver nenhum modelo, garantindo que vc esteja sempre se adaptando à realidade e às mudanças”.

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de Estudo

A fim de desenvolver o tema proposto com relação aos seus objetivos, foi necessária a utilização do estudo exploratório-descritivo, onde segundo Dencker (2003) o estudo exploratório é caracterizado por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares.

Andrade (2001, p. 124) destaca que:

A pesquisa exploratória é o primeiro passo de todo o trabalho científico. São finalidades de uma pesquisa exploratória, sobretudo quando bibliográfica, proporcionar maiores informações sobre determinado assunto; facilitar a delimitação de um tema de trabalho; definir os objetivos ou formular as hipóteses de uma pesquisa ou descobrir novo tipo de enfoque para o trabalho que se tem em mente.

De acordo com essa definição é possível identificar a sua relevância para o estudo, pois o mesmo dá ênfase ao contato direto pessoal com o entrevistado podendo adquirir com o mesmo maior absorção das ideias expostas pelos consumidores que escolhem o destino da Cidade do Natal.

No entanto para que se obtenha êxito com relação à pesquisa, o mesmo também tem o cunho descritivo que de acordo com Cervo e Bervian (2002), a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Sendo assim, pode assumir diversas formas, entre as quais se destacam os estudos descritivos, que consistem na descrição das características, propriedades ou relações existentes na comunidade, grupo ou realidade pesquisada.

Esse tipo de estudo tem como objetivo analisar a opinião dos entrevistados sem haver manipulação das informações adquiridas, com o intuito de obter uma maior profundidade dos dados e observar os detalhes que o mesmo pode proporcionar.

Através deste contexto a abordagem analítica tem o cunho qualitativo que para Ludke e André (1986) pode ser definido como sendo um ambiente natural como sua fonte direta de dados em que o pesquisador é principal instrumento e o significado que as pessoas dão às coisas e à sua vida são focos de atenção especial pelo pesquisador.

3.2 Universo do Estudo

De acordo com Vergara (2004), uma população é o conjunto de elementos que possuem as características que formam o objeto de estudo. A população analisada para a obtenção dos dados é de 20 (vinte) turistas vindos de outras cidades do país que vieram à Cidade do Natal com o intuito de conhecê-la ou desfrutar da gama turística do mesmo.

Esses turistas foram escolhidos para que seja possível atingir o objetivo geral proposto pelo estudo que é de analisar a influência do marketing digital na escolha de Natal como destino turístico na perspectiva do turista nacional.

Através da entrevista com esses turistas será possível avaliar como eles visualizam a cidade a partir do uso da internet e se a imagem do mesmo está de acordo com o que foi observado nas mídias.

Para Freitas et al, apud Pierren, Chéron & Zins (1984, p. 615) consideram que o processo de amostragem é composto pela definição da população-alvo, pelo contexto da amostragem, pela unidade de amostragem, pelo método de amostragem, pelo tamanho da amostra, e pela seleção da amostra ou pela execução de amostragem.

Diante do que foi exposto foi utilizada a amostragem não-probabilística por conveniência, pois os entrevistados foram escolhidos a partir dos critérios de que não poderiam residir em Natal, tendo que ser um turista nacional que veio à cidade com o objetivo de conhecer o mesmo.

De acordo com Freitas et al (2000, p. 109) “a amostragem não-probabilística é obtida a partir de algum tipo de critério, e nem todos os elementos da população têm a mesma chance de ser selecionados, o que torna os resultados não generalizáveis”. Além disso, os autores também definem a amostragem não-probabilística por conveniência pelo fato dos participantes terem sido escolhidos por estarem disponíveis durante a pesquisa.

3.3 Coleta de Dados

Os dados para a elaboração desse estudo foram obtidos através de entrevistas seguindo um roteiro semi-estruturado (Apêndice A) contendo 9 (nove) questões das quais foram realizadas no entorno Praia Shopping situado em Natal, com 20 (vinte) turistas de outras cidades que vieram à cidade do Natal com o intuito de conhecer a localidade. No

quadro abaixo são observados os objetivos do estudo, os autores que nortearam a elaboração das questões e os questionamentos utilizados para entrevistas os turistas.

TABELA 1: Questões da pesquisa.

OBJETIVO GERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	AUTORES REFERENCIADOS	ROTEIRO DE ENTREVISTA
	Averiguar o que atrai esses turistas a vinda de Natal.	DIAS; CASSAR (2005) TORRES (2009)	1) Quanto tempo, em média, o senhor (a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? 2) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? 3) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis?
Analisar a influência do marketing digital na escolha de natal como destino turístico na perspectiva do turista nacional.	Investigar como esse tipo de Marketing ajuda na divulgação de Natal diante de suas concorrentes.	ADOLPHO (2011) DANTAS E CHAGAS (2008) TORRES (2009) TORRES (2010) VAZ (2008)	4) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens? 5) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como

			descreveria a imagem deste destino?
	Identificar como as informações obtidas pelas mídias influenciam na decisão de escolha dos destinos a ser visitado.	BARRETO et al (2010) CHAGAS (2007)	6) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como? 7) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha? 8) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento? 9) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

FONTE: Elaboração própria, 2012.

3.4 Análise de dados

A fim de analisar os dados é possível haver uma troca entre os aspectos práticos e teóricos existentes sobre o tema.

Onde primeiramente foram levantados os dados bibliográficos referentes ao estudo com o objetivo de dar ênfase e consistência para a elaboração do roteiro através dos

objetivos levantados. A segunda etapa consiste em realizar as entrevistas com os turistas, a fim de obter as informações necessárias para que na terceira e última fase os questionamentos sejam analisados com o intuito de atingir os objetivos aqui propostos e o problema do estudo seja solucionado.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A fim de realizar a análise dos resultados obtidos através da entrevista a divisão do tópico será feita a partir dos objetivos específicos propostos pelo estudo diante das questões que foram levantadas. Sendo assim, será dividido em quatro conjuntos de análises: perfil da amostra, imagem, divulgação e influência do marketing digital para o destino turístico com o intuito de que se obtenha êxito do entendimento do estudo.

A identidade dos entrevistados foi reservada para fins éticos, onde o mesmo é relevante para a análise e obtenção dos resultados, por tanto para que sejam exposta os comentários, serão citados como: entrevistador 1, entrevistador 2 e assim por diante com os demais entrevistados somando um total de 20.

4.1 Perfil da amostra

No estudo a quantidade de pessoas (turistas) entrevistadas foi de um total de 20, divididos entre a sua maioria como sendo de: 14 do gênero masculino e 8 correspondentes ao feminino. Como pode ser observado na Tabela 2 abaixo:

TABELA 2: Amostra quanto ao gênero

Gênero	Nº de entrevistados	Porcentagem (%)
Masculino	14	80%
Feminino	6	20%
<u>Total</u>	<u>20</u>	<u>100%</u>

Fonte: Pesquisa realizada em novembro de 2012.

A fim de que fossem obtidas mais informações com relação aos mesmos, outras características do perfil foram analisadas, como: *status*, idade, escolaridade, ocupação, renda familiar mensal e o estado de origem. Com o intuito de levantar o perfil desses turistas que visitam a localidade.

Para melhor visualização do resultado da pesquisa com relação ao perfil dos turistas a tabela 4 a seguir cita as informações obtidas para esse estudo.

TABELA 3 – Perfil dos entrevistados

Status	Nº de entrevistados	Percentagem (%)
Solteiro	8	40%
Casado	8	40%
Divorciado	3	15%
Outros	1	5%
<u>Total</u>	<u>20</u>	<u>100%</u>
Faixa etária	Nº de entrevistados	Percentagem (%)
14 a 17 anos	1	5%
18 a 25 anos	3	15%
26 a 35 anos	5	25%
36 a 50 anos	8	40%
51 a 65 anos	2	10%
Acima de 65 anos	1	5%
<u>Total</u>	<u>20</u>	<u>100%</u>
Escolaridade	Nº de entrevistados	Percentagem (%)
Ensino Fundamental	1	5%
Ensino Médio	7	35%
Ensino Superior	7	35%
Pós-Graduação	5	25%
<u>Total</u>	<u>20</u>	<u>100%</u>
Ocupação	Nº de entrevistados	Percentagem (%)
Empregado	11	55%
Estudante	2	10%
Desempregado	2	10%
Aposentado	2	10%
Autônomo	3	15%
Outros	0	0%
<u>Total</u>	<u>20</u>	<u>100%</u>
Renda familiar mensal	Nº de entrevistados	Percentagem (%)
Até R\$545	0	0%
R\$546 a R\$1090	1	5%
R\$1091 a R\$2.180	4	20%
R\$2.181 a R\$4.360	7	35%
R\$4.361 a R\$8.720	4	20%
R\$8.721 a R\$ 17.440	3	15%
Acima de R\$ 17.441	1	5%
<u>Total</u>	<u>20</u>	<u>100%</u>

Fonte: Pesquisa realizada em novembro de 2012.

Diante do que foi exposto na Tabela anterior é possível observar quanto aos *status* dos entrevistados que 40% correspondem a solteiro e o mesmo percentual para casados, 15% são divorciados e apenas uma pessoa respondeu como sendo outros, onde o melhor é considerado viúvo.

Com relação à faixa etária, a maioria dos entrevistados encaixa-se entre as idades de 18 a 50 anos correspondendo com isso a 80% de todo o total, os demais somam apenas 20% sendo dentre eles, 2 pessoas entre 51 a 65 anos de idade e apenas 1 pré-adolescente de 14 anos, 1 idoso acima de 60 anos. Mostrando com isso que a grande maioria dos turistas corresponde às adolescentes e adultos.

De acordo com a escolaridade dos turistas em questão é possível observar que todos têm um nível bom de ensino, pois os índices correspondentes estão de acordo com a idade com o entrevistado, onde é notório que 60% possuem no mínimo a graduação. Já fazendo ligação com outra característica do perfil 70% estão empregados ou é autônomo, o restante se encaixam entre 2 (duas) aposentadas, 2 estudantes e apenas 2 desempregados.

Dentre a renda citada pelas pessoas com sendo entre R\$1091 a R\$8.720 são correspondentes a 75%, apenas 5% entre R\$546 a R\$1090 e 20% com mais de R\$8.721.

Com relação aos destinos desses turistas podem ser classificados como diversos, pois são citados 7 estados distintos e o Distrito Federal, 55% dos entrevistados vieram do Rio de Janeiro e de São Paulo, os destinos de Brasília, Ceará e Piauí somados formam um total de 30% dos turistas e os demais estados (Bahia, Minas Gerais e Paraíba) os 15% restantes.

TABELA 4: Origem dos entrevistados

Origem	Nº de entrevistados	Percentagem (%)
Bahia	1	5%
Brasília	2	10%
Ceará	2	10%
Minas Gerais	1	5%
Paraíba	1	5%
Piauí	2	10%
Rio de Janeiro	5	25%
São Paulo	6	30%
<u>Total</u>	<u>20</u>	<u>100%</u>

Fonte: Pesquisa realizada em novembro 2012.

4.2 Transmissão da imagem

Esse tópico tem como objetivo verificar juntamente com os questionários aplicados com os turistas, qual a primeira visão que os mesmos tem com o que buscam para realizar a sua viagem, se é tudo bem planejado, onde buscam essas informações e porque de terem escolhido a cidade do Natal podendo ser através do uso da internet ou não.

Ao serem questionados sobre quanto tempo, em média, dispensam planejando sua viagem e com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino. As respostas foram bastante diversas, pois a grande maioria citou que se preocuparam em organizar a viagem com apenas 3 meses de antecedência, uma minoria citou programar-se com um numero acima de 8 meses.

Nossa! Essa viagem eu passei um bom tempo para escolher, porque estou em lua de mel e para escolher o local e o dia da viagem dependia de outras coisas da festa do casamento, mas sempre tivemos em mente uma cidade tranqüila e praia, pra curtir o sol, água de coco e o mar. Acho que passei uns 8 meses planejando essa viagem, porque solicitei um pacote de viagem à agência. Aí dependia das passagens aéreas, hotel, dinheiro, varias coisas. (ENTREVISTADO 6, 2012)

Contudo não são todas essas pessoas que vieram conhecer Natal devido às férias, pois algumas estavam a trabalho, mas mesmo assim estavam dispostas a reservar um pouco do seu tempo para conhecer a cidade e usufruir dos produtos turísticos. A partir desse contexto é possível verificar o depoimento de um dos turistas.

Procurei viajar em cima da hora, porque uma pessoa desistiu de vir e tive que vir no lugar dela. Aí no caso não pude me programar. (ENTREVISTADO 20, 2012).

Essa viagem agora eu não pude me planejar, pois estou em Natal a trabalho. Mas das vezes que eu viajo de férias eu planejo com toda a minha família um lugar que der pra gente se aproveitar e as crianças poderem brincar à vontade. Acho que eu e minha esposa passamos um mês mais ou menos pesquisando. (ENTREVISTADO 4, 2012)

A partir do que foi exposto é possível verificar que as pessoas que buscam o destino com maior antecedência visam à preocupação em não errar na escolha e por isso analisam todos os aspectos relevantes para que nada possa sair errado, realizando uma pesquisa mais criteriosa dos aspectos envolvidos de uma viagem.

O segundo questionamento a ser levantado visava saber o que o entrevistado busca ao viajar, o que despertou o seu interesse e como escolheu Natal como seu destino.

Diante desta interrogativa a maioria respondeu como sendo para sair da rotina e ficar longe do trabalho, a fim de ter descanso e sossego. Como pode ser observado neste depoimento:

No momento que estou decidido a viajar, estou buscando conforto, lazer, tranquilidade, conhecer novos lugares que tenham atrativos naturais, culturais dentre outros aspectos. O interesse em viajar pra mim é uma vontade natural, pois já que estou de férias porque não sair do meu estado pra conhecer novos lugares e pessoas. Escolhi Natal por ouvir falar de suas belezas e hospitalidade das pessoas através de amigos que já visitaram e por meio de algumas reportagens na TV. (ENTREVISTADO 2, 2012)

Além desse aspecto, as pessoas visam uma maior proximidade com afetiva, gozar das férias ao lado dos parentes (filhos, esposa ou esposo), ocasionando um maior laço emotivo e trocas de experiências, coisas como essas que com a rotina de trabalho e escola não são tão bem aproveitadas.

Outra pessoa, porém levou em consideração não só esse mês em questão, mas a época do ano para expor o que busca em sua viagem como sendo variável.

Aí tem que ver em que época do ano é essa viagem, se for no carnaval quero muita festa, São João tenho que ir pra uma cidade com festa junina, mas nos outros períodos do ano eu procuro algo mais calmo, no fim do ano gosto de ir à Gramado, mas como demorei a fechar o pacote preferi antecipar o meu verão e por isso vim à Natal. (ENTREVISTADO 6, 2012)

Além dessa importância, também foi questionamento sobre o processo de pesquisa dos turistas a fim de saber onde buscam as informações para escolher o destino de férias e em que tipo de fontes ou mídias, e se essas informações são consideradas boas fontes de informação, de credibilidade e confiáveis. A grande maioria dos entrevistados relatou que acreditam nas informações ali expostas, pois foi o próprio consumidor que expôs a sua opinião.

Eu procurei na internet, estava navegando vi as fotos desses atores e achei bonito e comecei a pesquisar como eu iria vir parar aqui em Natal, entrei no perfil de Natal no “face” e vi no *Twitter* também e achei a cidade bem legal pra se conhecer, até porque não podia ficar muito tempo afastado de certas coisas como: banco, lojas, internet, celular... tinha que encontrar um local que isso tudo fosse bem próximo. Acho tudo muito confiável, porque a pessoa coloca aquilo na internet com base em sua opinião, pra ela é aquilo que ela ta expressando. (ENTREVISTADO 14, 2012)

Como é possível observar não são todas as pessoas que acreditam na credibilidade que a internet possa vir a transmitir, há pessoas que prezam pelo contato direto, “olho no olho” e o relacionamento com os amigos. No entanto também existem os consumidores que

preferem conversar com outras pessoalmente e também verificar as informações transmitidas através da internet onde muitas vezes quem expõe essas informações sobre as localidades não é apenas os turistas, mas os moradores locais que tem uma visão mais acentuada a respeito do mesmo.

Gosto de perguntar aos amigos, porque os vejo pessoalmente e posso conversar mais, procurar saber detalhes. Essa historia de ficar pesquisando na internet não acho legal, gosto de olhar nos olhos da pessoa pra ver se é tudo verdade mesmo. Na internet você não vê a expressão da pessoa ao contar sobre a cidade. Só procurei na internet o hotel que foi indicado e o site oficial da cidade. (ENTREVISTADO 16, 2012)

Para Torres (2010) “O consumidor busca informações relevantes sobre produtos e serviços, não somente para encontrá-los, mas principalmente para conhecer as experiências de outros consumidores”. A partir do comentário do entrevistado a seguir é possível verificar a sua percepção diante do questionamento levantado.

Natal é uma das poucas capitais que não conheço, já tinha olhado algumas informações sobre a cidade na internet, mas fui numa agencia e pedi um pacote para conhecer Natal e eles me passaram tudo, mas mesmo assim olho na internet o que tem de interessante o que o povo comenta no Facebook e no Twitter. Acredito que sim, pois ali as pessoas se entregam muito, colocam tudo que acham se expõem muito, não creio que não seja confiável. (ENTREVISTADO 06, 2012)

O consumidor sente a necessidade de ter o contato com outras pessoas para a obtenção de informações e poder formar a sua própria opinião. Relevar dados e ter o máximo de proveito possível das pessoas que vivenciaram e vivenciam o local escolhido como destino.

4.3 Divulgação do destino através da Internet

Neste tópico os questionamentos levantados visam avaliar como a divulgação do destino está sendo vista pelos potenciais turistas através do uso de internet e como eles exploram esse tipo de marketing realizado pelas próprias pessoas.

Ao serem questionados sobre se já conheciam Natal ou outros destinos com as mesmas características, se já é habituado a realizar viagens para destinos como esse e com que frequência costuma realiza essas viagens, as opiniões foram bastante diversificadas. Alguns dos entrevistados já conheciam a cidade de Fortaleza e algumas moravam no Rio de Janeiro, que tem a mesma característica de destino como sendo de sol e mar, mas mesmo já

conhecendo lugares assim, as pessoas sentiam a necessidade de visitar mais algum lugar com esse aspecto. Como pode ser observado através da opinião desse Entrevistado.

Já conheci outros lugares sim, mas acho que cada lugar tem a sua diferença, não acho que sejam iguais não. Porque tem praia que tem muita gente, têm outras que são mais desertas outras caríssimas, outras que não tem nada interessante... depende da cidade. Viajo quase todo feriadão, mas escolho lugares mais próximos. (ENTREVISTADO 17, 2012)

A citação da entrevistada anterior deixa clara a importância que cada cidade passa para o turista, e que cada consumidor busca tentar satisfazer as suas necessidades a fim a partir daquilo que a deixa bem consigo mesmo. Os destinos podem ter características semelhantes, porém não são iguais em todos os aspectos sempre vai haver diferenças para os consumidores, pois as pessoas buscam atrativos e produtos diferenciados. Como pode ser observado pelo Entrevistado 13:

Daqui do nordeste eu só tinha conhecido Recife como capital, mas lá é diferente daqui é mais histórica, aqui é pouco explorado a historia da cidade. Viajo mais para lugares tranquilos, pensei em ir a Gramado, mas já tava tudo lotado. Viajo pelo menos umas duas vezes ou três no ano.

Mesmo conhecendo um destino semelhante é possível notar aspectos diferenciados entre os lugares. E dentre os locais citados com aspectos semelhantes são: Fortaleza e Recife, por tratar-se de capitais, banhadas pelo oceano Atlântico, mas com atrativos distintos entre si.

O quinto questionamento feito para os turistas foi sobre como é a primeira imagem da localidade obtida através das mídias, quais as suas principais características, seus diferenciais e suas peculiaridades e como eles descreveriam a imagem deste destino. Para muitos a imagem é considerada positiva, pois a cidade conta com belezas naturais diversas, como é possível observar a partir do comentário de um entrevistado.

Achei a cidade muita linda, belíssima, parecia ser bem tranquila e quando cheguei aqui vi que é desse jeito mesmo. Adorei ter escolhido pra vir pra cá... descrevo a cidade como sendo radiante, de beleza simples e naturais. (ENTREVISTADO 15, 2012)

O comentário anterior leva como base a opinião de quase todos os entrevistados, pois a maioria cita Natal como sendo bonita e tranquila, porém uma das pessoas entrevistadas e que já conhecia a cidade, faz uma ressalva com relação ao que foi analisado, como é observado a seguir:

Eu vi que Natal não ta mais como eu tinha visto antes não. As pessoas da própria cidade estão reclamando dela, é greve direto, educação ta ruim, ta tudo ruim na cidade, fora essas coisinhas chatas pra mim continua muito bonita. O diferencial daqui é o fato da cidade não ser muito grande e a gente poder sair pra qualquer lugar bem rapidinho e voltar, o transito daqui agora ta crescendo, mas nem se compara a São Paulo. Eu descrevo essa imagem como ainda sendo positiva pra cidade, pra quem mora aqui e pros turistas, porque encontram uma cidade bem aconchegante. (ENTREVISTADO 5, 2012)

Contudo é possível observar que a opinião dos próprios moradores da cidade também influencia na imagem do mesmo, não adianta buscar apenas opiniões de outros turistas, pois os Natalenses é que convivem dia-a-dia com os problemas da cidade.

4.4 Influência da escolha do destino

Para que o seguinte tópico seja analisado o primeiro questionamento realizado aos turistas foi de como se sente seguro com relação às opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino, se esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local e como isso acontece.

A informação positiva deixa a cidade com credibilidade e essas opiniões são expostas por pessoas que conheceram a cidade, porque não acreditar nelas?! É mais fácil obter a informação assim, acho difícil uma pessoa mentir na internet elas falam demais sobre si, se expõem bastante, uma informação sobre isso seria fichinha pra elas. (ENTREVISTADO 17, 2012)

Contudo ao falar a opinião através do uso da internet é necessário analisar o que pode ser relevante ou não para expor, pois o Entrevistado 7 (2012) verifica essa opinião também como sendo negativa.

Sinto a opinião deles como sendo verdadeira, porque eles colocam o que sentem de verdade não tem ninguém ali que vá recriminar a opinião deles. Hoje em dia a pessoa fala o que quiser na internet. Esse Twitterta cheio de gente sendo processada por causa da opinião. O problema é que as pessoas não pensam na consequência, só querem falar o que sentem e pronto! A informação negativa deixa uma imagem feia para a cidade, porque quem ta lendo, como eu li muita coisa não gostei do que vi, mas como já conhecia a cidade deixei passar qualquer coisa ia para uma cidade vizinha.

A segunda pergunta tinha como objetivo saber como o turista se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar e como isso influencia ou influenciou sua escolha. Apenas um dos entrevistados acha a informação

negativa como sendo totalmente relevante, pois as opiniões positivas conseguem se sobre sair, porém a grande maioria cita como sendo de total importância, onde muitos já deixam de viajar devidos os pontos negativos obtidos através da internet.

Eu viajo pela família, mas já deixei uma vez de viajar pra São Paulo por causa da violência. Todo mundo postando coisas na internet e acabei ficando inseguro, não quero colocar a minha família num lugar que não me passa segurança. (ENTREVISTADO 3, 2012)

Alguns dos entrevistados ainda revelam que buscam o maior número de informações possíveis sobre a localidade, a fim de saber a relevância de que essas opiniões foram expostas.

Se eu ver uma opinião negativa eu vou procurar outras, outras e outras para averiguar se a opinião é verdadeira ou não. Se for como eu te falei antes por causa da segurança, desisto na mesma hora! Não vou colocar a minha família num local sem segurança. (ENTREVISTADO8, 2012)

Quando questionados sobre como a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem e como compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias, grande maioria dos entrevistados citou como sendo positiva e foi realmente aquilo que buscaram na internet e o modo como compartilhariam as imagens seria através do uso das mídias sociais como: Facebook, Twitter e Instagram onde apenas uma pessoa citou o Orkut e ainda mencionou o fato de só usar o mesmo pelo fato de ter ainda alguns amigos que o utilizam.

Como é possível verificar no depoimento deste Entrevistado.

A imagem está mais que de acordo. Compartilho direto as fotos pelo *Instagram*, ai fica a galera todinha comentando no meu Twitter, ultimamente ele está “bombando”. Ah também to colocando umas fotos no Facebook e depois vou colocar um vídeo meu andando de bugre nas dunas. (ENTREVISTADO 10, 2012)

Porém outra turista observou além dos pontos positivos, mas também levou em consideram a má administração política atual da cidade, mostrando com isso que os turistas não estão focados apenas em usufruir da localidade, mas de conhecer os aspectos sociais e políticos da cidade e a sua imagem fora do estado não está positiva, diante dos acontecimentos.

A imagem está de acordo! Vi muita gente criticando a administração atual da cidade e realmente está muito mal administrada, a cidade esta só o lixo! Vou compartilhar sim as imagens que vi aqui pra todo mundo ver como Natal está bonito, colocar as fotos no "face" pra todo mundo ficar encantado com a

cidade. Mas não vou ficar colocando informações feias sobre a imagem da cidade até porque acho que isso é coisa de momento, a cidade tem tudo pra voltar a ser organizada. (ENTREVISTADO 7, 2012)

A partir dessa perspectiva é importante avaliar que não só os comentários expostos por turistas ficam em evidencia na internet, mas de toda a cidade, pois atualmente todos estão sujeitos à opiniões.

O ultimo questionamento tem como base saber com os turistas qual seria o incentivo maior para divulgar as suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em expor as opiniões de turistas que visitaram o destino. Por tanto o questionamento tem como objetivo saber o que desperta o interesse em divulgar o destino e se poderia haver alguma proposta de divulgação por parte dos órgãos incentivadores.

A maioria dos turistas opinou como sendo uma forma de mostrar cada vez mais declarações positivas sobre o destino turístico e criar paginas na internet especializada para obter o maior número de informações expostas por outros clientes, para que um turista em potencial possa visitar essa pagina na internet e adquirir opiniões sobre a realidade da localidade em questão. Como é possível observar a partir do comentário do Entrevistado a seguir:

Acho que o incentivo maior é que as pessoas devem demonstrar maior firmeza na opinião que está colocando na internet para que outras pessoas ao buscar informações tenham opiniões verdadeiras sobre a localidade, pra mim isso já seria o bastante. Ah e acho que o site do governo da cidade poderia explorar melhor o site para divulgar o turismo, acho que esse seria a pagina mais importante para mostrar os pontos positivos ligados ao turismo. (ENTREVISTADO 4, 2012)

Contudo outro Entrevistado está de acordo em parte com o que foi dito anteriormente.

Eu acho que mesmo sem incentivo algum as pessoas falam besteiras na internet, se ganhassem algo em troca falaria ainda mais e ficaria difícil de acreditar na opinião dessas pessoas que falam por algum interesse pessoal. (ENTREVISTADO 16, 2012)

Para alguns dos entrevistados a opinião sobre o local seria mais bem elaborada com a ajuda de incentivos.

Um incentivo seria ter algum tipo de bonificação por está divulgado o destino. No caso, eu quando estou divulgando o destino estarei exaltando seus atrativos e chamarei atenção de quem está lendo minhas informações, então poderia existir algum programa formado pelo governo ou por empresas de viagens onde esses clientes que ajudam a divulgar o destino

tivesses alguns descontos nos pacotes de viagem para esse determinado destino. (ENTREVISTADO 2, 2012).

Portanto a opinião ficou bastante dividida a cerca do mesmo, pois incentivar com alguma bonificação pode criar mensagens falsas, apenas com o intuito de adquirir algo, mas incentivar sem mostrar algo em troca pode ocasionar em opiniões mais coerentes com a realidade do destino, porém ainda falta apoio dos governantes em criar paginas próprias para esse tipo de marketing, onde os próprios consumidores são também “vendedores” do destino.

Para Dias e Cassar (2005, p. 123) “[...] o sucesso de cada viagem servirá de estímulo para novas compras de pacotes turísticos, em um processo contínuo que será cada vez mais importante na medida em que o produto turístico for atendendo as expectativas dos consumidores”.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi exposto, o estudo atingiu o objetivo de analisar a influência do marketing digital na escolha de Natal como destino turístico, pois com o surgimento da Era Digital e tecnológica, um novo comportamento do consumidor passa a existir e para que o mesmo seja entendido é necessário averiguar quais os fatores influenciadores para a escolha do destino e como a sua imagem é divulgada entre o mesmo.

Através da realização dos questionários foi possível observar que de alguma maneira todos os entrevistados tinham uma ligação com os meios digitais e buscam informações sobre o destino a partir do uso do mesmo. Onde a influencia do marketing digital influencia na escolha do destino como meio de investigação da imagem da localidade a ser visitada.

O destino apesar de ter características semelhantes a de outros locais possui peculiaridades importantes para a diminuição da concorrência entre os demais, a sua imagem transmite tranquilidade e a consciência ambiental presente nos seus atrativos turísticos. A necessidade do consumidor torna-se satisfatória a partir do momento que o mesmo compartilha dos seus momentos positivos na cidade com outras pessoas.

Portanto, a satisfação do turista para o segmento é de extrema importância, visto que o mesmo compartilha da sua estadia na sua cidade para todos os usuários da internet, onde todos tem a liberdade de ver fotos, vídeos e comentários sobre o mesmo. Não só a imagem da cidade está em pauta, mas a de todos os setores que compõem a atividade turística na cidade do Natal, como por exemplo, hospedagem, bares e restaurantes, agências, entre outros, pode acarretar positivamente no retorno do mesmo ao destino, no aumento do fluxo turístico e da permanência no destino em questão no mercado. Caso ocorra o contrario vai ser mais difícil o destino reconquistar o turista, pois ainda hoje a primeira impressão é a que fica, seja ela positiva ou não.

Conclui-se com isso que as opiniões obtidas nas mídias sociais são necessárias para a formação da opinião do turista e irrelevantes para criação da imagem do destino turístico, onde a partir dessas informações o consumidor analisa e forma a sua própria opinião.

REFERÊNCIAS

ADOLPHO, Conrado. **Os 8P's do Marketing Digital: O guia estratégico de marketing digital.** São Paulo: Novatec Editora Ltda, 2011.

AKIRA, Fernando; CARDOSO, Vânia; MONTEIRO, Thais Contrera; SOUZA, Diego; SUEYOSHI, Ayrton. **Marketing Digital. Um estudo exploratório. Novas mídias na internet** - Caso da Empresa TECNISA. Curso de Administração com Sistema de Informação Gerencial. São Paulo, 2008.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

AMARAL, Sueli Angélica. **Marketing da informação: entre a promoção e a comunicação integrada de marketing.** Informação e Sociedade.v.18, n.1, 31-44, 2008.

BARRETO, Tayza de Albuquerque; CHAGAS, Marcio Marreiros das; FERNANDES, Gleydciane Alexandre. **A importância da imagem no processo de visitação de natal: uma análise sob a perspectiva do turista nacional.** Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul (RS), 2010.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica.** 5. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHAGAS, Marcio Marreiro das. **A imagem do destino turístico natal sob a perspectiva da EMBRATUR, SETUR/RN e mercado turístico ibero-holandês: Uma análise comparativa e competitiva.** Natal, 2007.

DANTAS, Andréa Virgínia Sousa; CHAGAS, Marcio Marreiro das. **Imagem de destinos turísticos e competitividade sustentável: um estudo de Natal (RN) sob a percepção do mercado Ibero-Holandês.** Diversa. Ano I - nº 2. pp. 231-250. jul./dez. 2008.

DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício. **Fundamentos do marketing turístico.** São Paulo: Person Prentice Hall, 2005.

FASCIONI, Lígia; **Marketing Digital,** Disponível em:
<<http://www.ligiafascioni.com.br/aulas/mktdigital.pdf>>. Acesso em 15 de maio de 2012.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M; SACCOL, A.Z. e MOSCAROLA, J.. O método de pesquisa survey. São Paulo/SP: Revista de Administração da USP, RAUSP, v. 35, nr 3, Jul-Set. 2000, p. 105-112.

Natal. Disponível em:<<http://www.turismobrasil.gov.br/promocional/destinos/N/Natal.html>>. Acesso em: 29 de março de 2012.

PIERREN, J.; CHÉRON, E.J.; ZINS, M. *Rechercheen marketing: méthodes et décisions*. Montreal, GaetanMorinEditeur, 1984. 615p.

ROCHA, Angela da; MELLO, Renato Cotta de. **Como utilizar a internet para o marketing de produtos no exterior.** Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/AB970C051C3E964B83257847004D98E5/\\$File/NT0004541A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/AB970C051C3E964B83257847004D98E5/$File/NT0004541A.pdf)> Acesso em: 15 de maio de 2012.

TORRES, Claudio. **A Bíblia do Marketing Digital.** São Paulo: Novatec Editora, 2009.

TORRES, Cláudio. **Guia de marketing na internet para pequenas empresas – Dicas para posicionar o seu negocio e conquistar novos clientes na internet.** Copyright © 2010.

VAZ, Conrado Adolpho. **Google Marketing: O Guia Definitivo de Marketing Digital.** 2 ed. São Paulo, SP: Novatec, 2008.

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

APÊNDICES

APÊNDICE A



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

- 1) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino?
- 2) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino?
- 3) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis?
- 4) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?
- 5) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?
- 6) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influência na credibilidade do local? Como?

7) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

8) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

9) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: _____



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

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

Eu e meus amigos passamos mais ou menos uns dois meses planejando essa viagem, porque na verdade não estamos de férias, estamos aproveitando o final do semestre para viajar, porque essa época as passagens de avião e hotel não estão muito caras como na alta estação. É como eu já disse antes, eu e meus amigos da faculdade estávamos esperando os professores aplicarem as provas de final de ano para que a gente pudesse viajar, mas a gente já vinha decidindo vir pra Natal desde o final do ano passado por causa do Carnatal ai agora um dos nossos professores teve que viajar e ficou ainda melhor pra gente poder vir pra cá e voltamos na segunda logo depois do carnatal.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino?

Ah, não posso falar tudo não (risos). Procuro curtir com a galera, conhecer umas natalenses (risos), aproveitar as praias, beber muito, beijar (risos), conhecer Pipa também, aquela praia que tem os camelos... dromedários, andar de bugre nas dunas. A gente escolheu vir pra cá porque uma amiga da gente veio no começo do ano e gostou ai falou que no fim do ano tem o carnatal, como a gente gosta de micareta... Estamos aqui!

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis?

A minha amiga disse que aqui é muito bom aí eu e meus amigos procuramos na internet o valor dos hotéis, passagens e o que tinha pra gente fazer aqui. Fora as fotos lindas que ela colocou no "face" dela. Eu saí colocando no Google a imagens de Natal e procurei no "face" o

perfil de alguns hotéis pra ver o que a galera tava falando. Também vi a programação das festas, entrei no site do carnatal e comprei logo o meu abadá do Cerveja e Coco. Olhe... Eu to seguindo o carnatal no Twitter e só vejo o povo falar bem da festa e poucas pessoas criticando dizendo que é coisa do demônio, mas isso é coisa de quem não curte a festa. Sobre a cidade só ouvi falando mal por causa da prefeita que saiu não foi?!

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Já fui pra Fortaleza curtir o Fortal, mas passei pouco tempo por lá só fui pra festa mesmo, quando não estava bebendo, tava dormindo no hotel. Não viajo muito não só viajo pra visitar os parentes no interior ou vou pro Rio visitar uma tia minha que mora lá. Só viajei agora e da outra vez pra Fortaleza porque o meu pai tava bonzinho, caso contrario estava em casa a essa hora (risos).

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Ah eu gostei do vi na internet, só não gostei muito porque vi que umas pessoas da cidade estavam reclamando muito da prefeitura que ta sem dinheiro pra isso e aquilo outro, falaram da praia de Ponta... que tem um morro. Tava toda destruída, quero só ver se ta assim mesmo quando eu chegar lá. De diferente mesmo não achei muita coisa não, mas também isso é o que eu vi da internet, mas to achando Natal muito menor que Fortaleza e é melhor de andar de ônibus, apesar da passagem ser mais cara. Ainda não vi muito da cidade porque cheguei ontem, mas to achando muito bonita, não ta tão bagunçada como falaram na net.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Se essa opinião é de pessoas que já visitaram a cidade eu acredito sim, até porque pra que essas pessoas iriam ficar inventando mentira sobre a cidade!? As mensagens positivas me animam muito pra conhecer a cidade, me empolgo (risos). As coisas que falam mal da cidade eu leio, mas não ligo muito até porque pra o que eu quero as noticias boas já estão de bom tamanho.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Eu não ligo muito não, até o momento que não está relacionado ao que eu quero na cidade. Vi umas pessoas falando mal das praias não gostei muito, mas qualquer coisa eu vou para a que eu vi que é mais bonita e melhor pra surfar, não sou obrigado a ficar ligado só na opinião negativa vou procurando as positivas também.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem da localidade adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Não consegui ver muita coisa ainda daqui, sobre o hotel que eu to, vi muita coisa boa falando sobre ele e tem uma vista muito bonita para a praia. Com certeza absoluta vou falar muito bem dele, já postei até uma foto pelo Instagram. Os meus amigos de Teresina ficaram morrendo de inveja, depois vou colocar no “face” quando tiver com mais tempo.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Seria bom se a gente concorresse a um prêmio pela melhor divulgação (risos). Acho legal mostrar a minha opinião para que outra pessoa veja que a cidade é muito bonita. Quando chegar em casa vou postar minhas fotos no "face" (risos) e durante a viagem vou *twittando*.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: Piauí



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Em media passo duas semanas planejando minha viagem e com um mês antes de viajar já busco informações sobre as condições de viagem e hospedagem, além de pesquisar sobre o destino escolhido.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? No momento que estou decidido a viajar, estou buscando conforto, lazer, tranquilidade, conhecer novos lugares que tenham atrativos naturais, culturais dentre outros aspectos. O interesse em viajar pra mim é uma vontade natural, pois já que estou de férias porque não sair do meu estado pra conhecer novos lugares e pessoas. Escolhi Natal por ouvir falar de suas belezas e hospitalidade das pessoas através de amigos que já visitaram e por meio de algumas reportagens na TV.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis?

Procuo informações na internet, através de pessoas conhecidas que já visitaram a cidade. Minhas principais fontes de informações são a TV e a internet. Creio que estas fontes sejam confiáveis, até o momento ainda não tive nenhuma surpresa desagradável em minhas viagens, tudo o que foi pesquisado por mim foi comprovado na realidade. Então confio nas mídias que uso.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Sim já tinha conhecimento do destino e de outros destinos com características idênticas, como fortaleza e João Pessoa. Já estou habituado com viagens do tipo, pois minhas preferências por destinos são lugares com praia e principalmente o Nordeste. Viajo uma ou duas vezes por ano.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Minha primeira imagem posso afirmar que é de um lugar tranquilo e que ocorreu conforme com o planejado, as fontes... as mídias que usei foram bastante eficazes e o que era oferecido pelo pacote realmente foi usado e me deixou satisfeito. As características principais do local escolhido são as belas praias e o artesanato, seu diferencial está na hospitalidade das pessoas e na tranquilidade da cidade, as peculiaridades posso dizer que sei lá, sei dizer não... Este destino pode ser descrito como um local... tranquilo de se passar as férias com belezas naturais e a noite posso sair pra me divertir.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Particularmente procuro em mais de um site, blog, redes sociais para não se limitar a uma só fonte. Desse modo faço uma média com as informações colhidas e me sinto mais seguro caso as informações sejam positivas. Com certeza o fato das informações serem negativas ou positivas influenciaram na credibilidade do local, pois, ninguém investira numa viagem sem ter boas referências sobre o local e caso as informações sejam positivas incentivaram mais as pessoas a visitarem o local.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Me desagrada e provavelmente desistirei de viajar para esse destino, quando penso em viajar busco o melhor dentro das minhas condições e caso não tenha a perspectiva de um bom lazer, tranquilidade, entretenimento, bom atendimento irei procurar outro destino.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem da localidade adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Com certeza nem tudo que se vê nas mídias é igual com a realidade, mais nas minhas experiências foram praticamente correlatas com o que observei, então não tive nenhuma surpresa desagradável até o momento, algum imprevisto ou outro mais nada que afete negativamente, coisas que relevei tranquilamente. Sim, compartilho minhas experiências com meus amigos e familiares e incentivo-os também a visitar os lugares que conheci. Compartilho falando sobre as coisas que vi e mostrando as fotos que geralmente registro em minhas viagens.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Um incentivo seria ter algum tipo de bonificação por está divulgado o destino. No caso, eu quando estou divulgando o destino estarei exaltando seus atrativos e chamarei atenção de está lendo minhas informações, então poderia existir algum programa formado pelo governo ou por empresas de viagens onde esses clientes que ajudam a divulgar o destino tivessem alguns descontos nos pacotes de viagem para esse determinado destino.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: Paraíba



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Dessa vez eu gastei pouco tempo, porque estava só esperando a minha filha entrar de férias da escola pra que a gente pudesse viajar. Desde setembro mais ou menos estava pensando em viajar pra Natal, mas tinha que vir com a minha filha pra ela conhecer uma parte da família que ela não conhece. Ela a toda hora entrava em contato com a prima dela daqui de Natal para combinarem onde iriam, tava numa ansiedade só.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? Ah eu busco o prazer pela viagem, descansar, esquecer os problemas, trabalhos, brigas dentro de casa... Eu quis viajar por tudo isso que eu disse, tava a fim de sair da rotina de sempre e escolhi Natal para rever a minha família porque nunca tinha condições financeiras de vir e Graças á Deus agora eu tenho.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis? Por não ter muito dinheiro e só ter férias uma vez no ano eu procuro visitar os meus parentes distantes. Eu sempre entro em contato com uma prima minha na internet por que é mais fácil da gente se falar e já saber o horário que ela está online. Lógico que acredito, até porque como já disse adquiri as informações sobre Natal através do *face* e do MSN que eu podia me comunicar com a minha família que mora aqui e minha filha procurava outras opiniões pelo Google.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Essa é a primeira vez que venho à Natal, mas já conheço Fortaleza e achei muito parecido. Moro no Rio e lá os turistas quando vão procuram logo sol e mar como aqui. Como já disse antes eu viajo mais pra visitar à família não procuro muito praia até porque já moro no litoral, muito mais agitado que aqui, mas moro. Quero mais é matar as saudades e viajo somente uma vez no ano e quando eu posso.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Caraca, eu achava as fotos da minha prima a coisa mais linda, ela tem uma foto no forte, no morro do careca, cajueiro e ficava louco pra conhecer, agora sim vou mostrar pras pessoas o lugar maravilhoso. Aqui é muito gostoso! Tranquilo, trânsito calmo, não tem muita zuada, muita gente em todo lugar é muito bom pra sair da loucura do Rio. A cidade é linda, só isso já basta.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Assim... não é todo site que eu vou olhando não e também presto atenção na reputação da pessoa, porque tem gente que está na *net* só pra bagunçar, coloca as informações sem pensar nas conseqüências. E como influencia... já ouvi muito amigo meu dizer que não quer ir pro Rio porque é muito violento, essa imagem acaba com a cidade. Aqui em Natal mesmo já vi em vários lugares que a cidade está mal por causa da prefeitura, tudo em greve. Deixa os turistas assustados, a pessoa fica se perguntando se quando chegar aqui vai ter tudo que precisa.

07) como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Eu viajo pela família, mas já deixei uma vez de viajar pra São Paulo por causa da violência. Todo mundo postando coisas na internet e acabei ficando inseguro, não quero colocar a minha família num lugar que não me passa segurança.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Está sim, está de Parabéns! A cidade é tudo de bom que falam na internet. Eu já to colocando umas fotos que tirei aqui no facebook e já tem varias pessoas querendo saber onde é, porque estão encantados com a beleza. Eu vou continuar colocando as fotos na internet e é só elogios.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Pra mim não existiria nenhum incentivo não, a cidade já é bonita por natureza o pessoal daqui é muito simpático e atencioso, fui muito bem recebido por todos e só tenho a elogiar e isso posso fazer mesmo sem ganhar nada em troca (risos). Mas vou procurar na internet se tem um

site específico que eu possa fazer isso, porque fica mais fácil para outras pessoas descobrirem como é a cidade.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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

APÊNDICE E



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Essa viagem agora eu não pude me planejar, pois estou em Natal à trabalho. Mas das vezes que eu viajo de férias eu planejo com toda a minha família um lugar que der pra gente se aproveitar e as crianças poderem brincar à vontade. Acho que eu e minha esposa passamos um mês mais ou menos pesquisando.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? Eu basicamente busco fugir da rotina, nada de trabalho, celular só pro que for necessário, quero é descansar. É como eu disse vim à trabalho, tinha cinco pessoas na empresa que poderia vir pra cá, mas me dispus porque sempre quis conhecer Natal e não tinha tido a oportunidade.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis? Eu procuro a agência de turismo de uma amiga minha, ela sempre me indica locais bem familiares. Me envia por e-mail os detalhes dos hotéis que estão disponíveis e faz uma propaganda bem legal da cidade ai eu, minha mulher e minha filha procuramos na internet os detalhes sobre a cidade, como é a índole do hotel, se é seguro se a cidade é muito grande pra não gastar muito com transporte e essas coisinhas... Dependendo do site que eu olhar... no

facebook por exemplo eu acredito muito, porque lá as pessoas falam o que pensam e não estão nem ai se vai agredir alguém ou não, por isso a opinião é mais verdadeira.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Não conhecia, mas Já conheço Recife, Fortaleza e Salvador acho que elas se parecem. Viajo pelos menos umas duas vezes no mês, mas para “*turistar*” mesmo eu vou pra outros lugares, mas tranquilo fora da capital. Sempre tento inovar os lugares que viajo.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Primeiramente achei bem interessante por já conhecer Fortaleza e saber que elas são bem parecidas, mas Natal é menor e melhor de locomoção, as pessoas são mais legais, tem as suas diferenças principalmente pela descrição na internet que Fortaleza tem uma força maior para a divulgação e na Natal é mais fraca, mas é bonita do mesmo jeito. Gostei muito da imagem que a cidade transmite de belezas naturais encantadoras e principalmente os 300 dias de sol.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Não gosto muito de confiar não, até porque o que pode ser bom pra uma pessoa pode não ser bom pra mim. Exceto quando a informação é negativa ai tem que levar em consideração a opinião e ver se outras pessoas também comentam ai sim dá para fazer uma avaliação e levar em consideração. A imagem da cidade acaba ficando feia.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

É como eu disse antes, se tiver envolvido com o que eu realmente procuro no destino eu penso uma, duas, três ... em escolher esse destino. Se a opinião for muito grave eu desisto na hora! Pra mim o que me faz desistir no mesmo minuto é falta de segurança de uma cidade, não vou andar por ai com medo de ser assaltado à todo o momento.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Mesmo vindo à Natal por causa do trabalho eu procurei saber se o hotel que eu ia ficar era próximo dos lugares principais da cidade e adorei o fato de saber que era, porque pude conhecer as praias urbanas e curtir um pouco dos bares à noite. Indico à outras pessoas, mas preciso vir aqui de novo para poder passar uma informação mais concreta do que eu acho da cidade, mas pra quem teve pouco tempo como eu, achei tudo muito bem acessível. Mandeí por e-mail uma foto da cidade à minha esposa e ela já está querendo programar as próximas férias para conhecer melhor a cidade.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Acho que o incentivo maior é que as pessoas devem demonstrar maior firmeza na opinião que está colocando na internet para que outras pessoas ao buscar informações tenham opiniões verdadeiras sobre a localidade, pra mim isso já seria o bastante. Ah e acho que o site do

governo da cidade poderia explorar melhor o site para divulgar o turismo, acho que esse seria a pagina mais importante para mostrar os pontos positivos ligados ao turismo.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: Minas Gerais



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

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

Nossa! Essa viagem eu passei um bom tempo para escolher, porque estou em lua de mel e para escolher o local e o dia da viagem dependia de outras coisas da festa do casamento, mas sempre tivemos em mente uma cidade tranqüila e praia, pra curtir o sol, água de coco e o mar. Acho que passei uns 8 meses planejando essa viagem, porque solicitei um pacote de viagem à agência, ai dependia das passagens aéreas, hotel, dinheiro, varias coisas.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino?

Eu busquei um lugar tranqüilo para aproveitar o meu marido, passar um tempo à sós com ele e tinha visto Natal como um lugar bem aconchegante para receber um casal em lua de mel, não estávamos com muito dinheiro para ir ao exterior então decidimos ficar no nordeste do país. Dentre os locais que recebemos como proposta da agencia achamos Natal melhor por ser capital e passar uma imagem bem bonita e tranqüila em comparação à outras capitais do nordeste.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis?

Eu vi na internet que aqui é um lugar bem tranqüilo e estou gostando muito. Coloquei no Google o nome da cidade Natal, Rio Grande do Norte e sai vendo o Maximo de coisas possíveis que eu precisava para achar a cidade bonita. Vi muitos vídeos no YOUTUBE de propaganda e de pessoas filmando as suas viagens, até do hotel em que estamos hospedados e

gostei. Com relação às imagens não tem como não confiar naquilo que você está vendo, só vi coisas boas sobre a cidade.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Como somos recém casados eu nunca tinha saído do estado do Rio de Janeiro não, apesar de lá ter praia, sol e mar. Aqui em Natal é muito diferente de lá, tem poucas pessoas. Já viajei para o interior para visitar sempre a família, mas sempre com tudo programado para aproveitar as férias, nada de praia.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Achei a cidade bonita, os pontos turísticos bem interessantes, mas quando cheguei aqui achei ainda mais encantadora, as dunas são lindas, o parque das dunas, o mar extenso, o vento constante, o clima daqui é muito bom. É isso que faz a cidade ser tão bonita de se visitar. Eu descrevo o destino como um paraíso, assim que possível quero vir morar aqui.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Ah, eu confio sim. Até porque se você coloca a foto de um local no seu perfil é porque você gostou daquilo se não tivesse gostado não colocaria. Acho que quando a pessoa está viajando você se prende mais aos momentos positivos, às informações positivas sobre o local ai vc só repassa o que foi bom, as coisas negativas são relevantes por que se você for ver bem uma pessoa coloca como imagem negativa um hotel que ela foi, mas quem sabe se o problema daquele hotel foi só naquele dia?! Aí a pessoa que ta pesquisando o local tem que ver se esse problema está persistindo, se continuar acontecendo o problema não foi só naquele dia, mas passa a ser um ponto negativo para o hotel. Isso do hotel é só um exemplo pode acontecer com qualquer outra coisa.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Bem é como eu disse antes eu vou ver o maior numero de opiniões possíveis sobre o esse ponto negativo se ele persistir aí não tem como está descartado.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com o que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Ah, está sim! Até agora eu não estou tendo do que reclamar só coisas boas. Quando chegar em casa eu vou postar todas as fotos no meu face para os meus amigos morrerem de inveja (risos). E com certeza vou fazer a maior propaganda da cidade, porque simplesmente eu estou admirada com tudo!

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Acho que seria legal se a cidade criasse uma promoção de vez em quando, tipo: fale sobre a sua viagem e a melhor resposta concorre à uma estadia em tal hotel. Nossa! Eu iria fazer um texto enorme. E acho que essa historia de entrar em site da cidade não ta com nada, porque

hoje em dia as pessoas só querem saber de facebook e twitter. Ficava legal promover uma promoção nesses sites. Eu iria ganhar!

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: Brasília



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Depende, as vezes dá vontade de viajar procuro na internet um local que está sendo bem solicitado e vou. Agora quando tenho férias com bastante tempo, procuro um local com bastante balada pra curtir À vontade, micareta, algo desse tipo.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? Aí tem que ver em que época do ano é essa viagem, se for no carnaval quero muita festa, São João tenho que ir pra uma cidade com festa junina, mas nos outros períodos do ano eu procuro algo mais calmo, no fim gosto de ir à Gramado, mas como demorei a fechar o pacote preferi antecipar o meu verão e por isso vim à Natal.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis? Natal é uma das poucas capitais que não conheço, já tinha olhado algumas informações sobre a cidade na internet, mas fui numa agencia e pedi um pacote para conhecer Natal e eles me passaram tudo, mas mesmo assim olho na internet o que tem de interessante o que o povo comenta no facebook e no twitter. Acredito que sim, pois ali as pessoas se entregam muito, colocam tudo que acham, se expõem muito, não creio que não seja confiável.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Não conhecia, já visitei outros locais assim porque gosto muito de praia, na verdade eu não tenho um gosto muito refinado, me adapto a tudo. No verão eu tenho que viajar para um local bem ensolarado, pra tomar uma cerveja, pegar sol e ver mulheres de biquíni.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Achei a cidade linda demais era o que eu tava procurando. Porque a cidade tem praias ótimas e lojas, shoppings, restaurantes, tudo bem perto. Achei a cidade pequena por ser capital e próxima a outras praias belíssimas, como é o caso de Pipa, Tibau e Genipabu, as dunas se perdem na vista. Achei a imagem espetacular, muito positiva.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Me sinto bastante seguro sim, as pessoas postam no face aquilo que elas acham então pra mim é verdade. A informação positiva sempre causa um impacto favorável à visita dessa localidade, mas a opinião negativa deixa sempre uma interrogação. Por ter um certo receio em arriscar ou não a viagem.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Inseguro, tento analisar de todas as maneiras a credibilidade dessa informação, pergunto ao meu agente de viagem e vou perguntando aos amigos.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Pra mim está sim, os pontos negativos que eu vi na internet está mais relacionado as pessoas que moram aqui, não aos turistas, isso nem sempre influencia quem vem de fora. Eu compartilho sim, achei a cidade boa para o que estava realmente procurando, assim que voltar a realidade. Vou procurar a minha agente de viagem e agradecer, pois ter conseguido esse pacote maravilhoso. Vou sair divulgando pra todos os meus amigos, até porque vou colocar as fotos no meu perfil do face e num blog que eu tenho como uma espécie de diário que sempre deixo uma mensagem lá. Vou deixar uma bem bonita sobre Natal e sobre as pessoas que conheci aqui.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Vixe, se tiver algum incentivo eu vou adorar, porque do jeito que eu viajo muito colocaria a minha opinião sobre varias viagens. Poderia ser a hospedagem em algum hotel, ou passagens de ida e volta para o destino que eu citei acho que seria muito interessante isso. As pessoas iam ficar mais motivadas à expor a opinião e as cidades agradeceriam com o sorteio de brindes. Para Natal eu só colocaria coisa boa só pra ganhar um premio (risos).

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: Ceará



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Como minhas férias são programadas com uma certa antecedência, mais ou menos uns três meses eu já começo a me programa, porque até as férias do meu marido é igual a minha para que a gente possa viajar juntos. Nesse tempo eu já vou procurando um cidade boa para passar as férias e que não seja tudo muito caro.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino?
Eu busco sossego, sair da rotina, acho que isso é o que a maior das pessoas querem não é!? Ficar aseam saber de trabalho, longe de casa, sem ter roupa pra lavar, quero tranquilidade. Olhe, o que me desperta a vontade de viajar é conhecer um novo local ou conhecer mais daquela cidade. Já vim à Natal faz uns 4 anos quando estava de férias também, mas agora a cidade mudou muito, cresceu, tem muito carro. Eu quis vir pra cá porque gostei muito e queria conhecer mais.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis?
Como eu já conhecia a cidade eu mesma fiz o meu pacote de férias. Liguei pro hotel que tinha ficado hospedada, mas antes procurei ver o site do hotel na internet para ver se tinha mudado algo e ver a opinião das pessoas e logicamente só tinha elogios, até porque o hotel não colocaria nada de mal sobre ele. Procurei a pagina do hotel também pelo facebook e o Orkut porque tem hotéis que ainda são mais tradicionais que ainda só trabalham com o Orkut.

Acredito na informação passada sim, porque acho que não tem pra quê a pessoa mentir sobre isso é uma pessoa ajudando a outra a buscar informações confiáveis sobre o produto.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Eu já respondi isso. Mas digo de novo que Natal pra mim foi uma das melhores cidades que já conheci, sempre estou viajando com o meu marido e gosto muito de voltar a lugares lindos como esse. Sempre que surge um feriadão eu to viajando, agora mesmo já estou programando a minha semana santa, o carnaval já está sendo pago e para não deixar tudo pra cima da hora estou procurando uma cidade bem tranqüila.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Eu vi que Natal não ta mais como eu tinha visto antes não. As pessoas da própria cidade estão reclamando dela, é greve direto, educação ta ruim, ta tudo ruim na cidade, fora essas coisinhas chatas pra mim continua muito bonita. O diferencial daqui é o fato da cidade não ser muito grande e a gente poder sair pra qualquer lugar bem rapidinho e voltar, o transito daqui agora ta crescendo, mas nem se compara a São Paulo. Eu descrevo essa imagem como ainda sendo positiva pra cidade, pra quem mora aqui e pros turistas, porque encontram uma cidade bem aconchegante.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Sinto a opinião deles como sendo verdadeira, porque eles colocam o que sentem de verdade não tem ninguém ali que vá recriminar a opinião deles. Hoje em dia a pessoa fala o que quiser na internet esse twitter ta cheio de gente sendo processada por causa da opinião. O problema é que as pessoas não pensam na conseqüência só querem falar o que sentem e pronto! A informação negativa, deixa uma imagem feia para a cidade, porque quem ta lendo, como eu li muita coisa não gostei do que vi, mas como já conhecia a cidade deixei passar qualquer coisa ia para uma cidade vizinha.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Quando se fala mal de uma cidade que você já conheceu antes você não acredita que essa cidade tenha virado isso. Eu fico admirada com as opiniões que ouvi, mas mesmo assim quis conhecer a cidade porque da outra vez não pude ir à Genipabu e agora mesmo eu já fui. Dessa vez eu quis conhecer o que não tinha visto antes.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

A imagem está de acordo! Vi muita gente criticando a administração atual da cidade e realmente está muito mal administrada, a cidade esta só o lixo! Vou compartilhar sim, as imagens que vi aqui pra todo mundo ver como Natal está bonito, colocar as fotos no face pra todo mundo ficar encantado com a cidade. Mas não vou ficar colocando informações feias sobre a imagem da cidade até porque acho que isso é coisa de momento, a cidade tem tudo pra voltar a ser organizada.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Seria muito bom! Como eu disse já é a segunda vez que eu fico nesse hotel que to agora, ele poderia ter criando alguma promoção pra gente relatar a experiência que tivemos no hotel e depois as pessoas que colocaram a sua opinião concorreriam a uma estadia no hotel. Outra coisa também seria, se o hotel fizesse uma promoção para a melhor foto do hospede no hotel ganhava algo. Essa já é uma forma de divulgação do hotel através dessas redes sociais.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: São Paulo.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Passo em media um mês planejando tudo, porque combino com o meu patrão com um mês de antecedência. Procurando o destino eu já faço isso logo depois que o meu patrão define o período que vou ficar afastado do trabalho.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? Sumir da minha cidade, sair dessa agonia, ficar bem longe do meu trabalho, curtir os meus filhos e minha esposa, quero sossego. Descansar é nisso que se resume as minhas férias, não tem outro interesse maior não, o meu negocio é descansar, desestressar. Escolhi porque um amigo meu veio pra cá o mês passado e me disse que era bom pra ficar com toda a família, me indicou hotel, lugares pra ir, tudo!

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis? Gosto de procurar com outras pessoas que já foram, pergunto muito aos meus amigos, porque eles viajam bem mais que eu. Essa historia de mídia social é com a minha filha, ela passa o dia inteiro no computador ou no celular, teclando direto. Por mim tanto faz como tanto fez, não sei dizer se acredito inteiramente na opinião das pessoas, as vezes elas colocam cada babozeira.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Não conhecia Natal não, já conheci outras praias e outras capitais, mas assim como Natal não, ela tem uma coisinha diferente das outras, a poluição não é tão visível, o clima é sempre agradável, sol forte, mas ventando muito, as praias são lindíssimas, tudo bem próximo, cidade pequena apesar de ser capital. Quando eu viajei pra Fortaleza não consegui conhecer muita coisa da cidade, porque não consegui vaga em um hotel na capital, tive que ir pra uma cidade vizinha bem pertinho e fiquei mais na praia do que conheci Fortaleza. Eu gosto de ver o mar, traz uma paz tão tranqüila, gosto dessa calma desses destinos que usam o sol e o mar para crescer no turismo e eles fazem direitinho não acabam com a natureza. Não viajo muito pra praia não porque geralmente nas férias de julho dos meus filhos procuro mais ir pro interior, para ensinar a eles como é o relacionamento direto com os animais.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Ah, eu achei lindíssima, minha filha ia olhando umas fotos e me mostrando, ela já tinha programado a nossa viagem em uma semana. O diferencial da cidade é isso, ser capital, mas nada muito tumultuado e com pessoas bastantes simpáticas. A imagem dá pra descrever como sendo aconchegante, os funcionários do hotel nos tratavam com bastante atenção e despertou o nosso interesse neles, pelo carinho que tinham. Tem lugares que as pessoas já recebem com cara feia, aqui em Natal não é um pessoal bem legal.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

A internet não tem dono é terra de ninguém, invade quem quer, fala o que quer! Então é valido as opiniões adquiridas pela net. A opinião negativa é valida sim, imagina ai se eu ver que a cidade está um caos, sem segurança, bandido pra todo lado!? Eu não vou querer colocar minha família num lugar como esse.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Se eu ver uma opinião negativa eu vou procurar outras, outras e outras para averiguar se a opinião é verdadeira ou não. Se for como eu te falei antes por causa da segurança, desisto na mesma hora! Não vou colocar a minha família num local sem segurança.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Minha filha é que poderia dizer isso melhor, mas pra mim está de acordo sim com o que eu vi. O meu amigo viajou pra cá não faz muito tempo ai foi me dizendo com mais detalhes como está à cidade. O meu cunhado está esperando eu voltar de viagem pra ouvir como está aqui a cidade e vir conhecer também. Pra compartilhar eu vou falando pro povo que perguntar algum lugar legal pra viajar, essas coisas de internet não é comigo é tudo com a minha filha, essa sim com certeza vai colocar em tudo que puder.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Acho que seria interessante ter uma pagina assim no site do próprio estado e da própria cidade, se tiver eu desconheço. Mas isso já seria um incentivo pra gente conhecer a cidade.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Começo a planejar a minha viagem com uns quatro meses de antecedência mais ou menos para que nada saia errado. Até porque eu tenho que ver com a empresa que eu trabalho a época que vai ser as minhas férias. Eu vou numa agencia de viagens e faço todo o meu pacote com eles.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? Busco tranquilidade, descanso e namorar um pouco a minha mulher. A minha vontade de viajar surge no momento em trabalho muito e quero esquecer um pouco o cansaço do dia-a-dia e eu vi que aqui em Natal dá pra fazer isso legal. Porque aqui tem muitos hotéis gostosos que ficam bem de frente pro mar, dá pra abrir a varanda e sentir a maresia.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis? Um amigo meu veio à Natal no começo desse ano, acho que foi mais ou menos em março, disse que a cidade é bonita... fez aquela propaganda toda e decidi ir na agencia ver como é o preço das coisas em Natal. Achei tudo bem em conta pelas fotos que vi no google a cidade é muita bonita e o valor dos hotéis e passagens foi bom. Não vi muito as informações nessas mídias sociais não, acho isso uma besteira. Só tenho mesmo para manter o contato com alguns amigos, mas nada de fica colocando coisas, no máximo algumas fotos. Na internet o povo fala muita heresia.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Só conhecia Porto de Galinhas que achei bem parecido com Natal, só que aqui tem mais movimentação de pessoas que lá. Acho que lá tá perdendo a graça. Porque as pessoas falam tanto que acabam deixando o local manjado. Não tenho um período certo pra viajar, mas viajo pelo menos uma vez por ano. Sem contar com as viagens que faço para visitar a família que pra mim não é mais “turistar”.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

A imagem foi bastante positiva. Aquele forte é lindo demais, pertinho do rio e do mar e o visual que a ponte deu, ficou show! Gosto do contraste que tem entre a cidade grande cheia de prédios e o parque das dunas, quase uma floresta no meio da cidade. Descrevo a cidade como sendo um lugar onde as pessoas têm consciência ambiental de preservar o parque das dunas e as lindas praias.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação às opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Sinto sim, porque as pessoas colocam o que sentem, se expressam de forma verdadeira na internet. É lógico que a informação influencia, porque já estou indo pra internet buscar informação, é por isso que influencia. Se for positiva eu vou gostar, se for negativa fico com um pé atrás.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Fico em dúvida se realmente devo viajar pra'quele local ou não, mas vou procurar mais opiniões e ver se o que disseram é verdade, se for e se for muito grave não chego nem perto da cidade.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Está sim, a cidade é muito bonita e muito bem elogiada. Compartilho sim, coloco nas redes sociais e conto para os meus amigos como foi a viagem.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Acho que não, o povo bota na internet o que quer mesmo sem ter incentivo, se tiver incentivo o povo vai é mentir.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino [] Feminino

Status: [] Solteiro [x] Casado [] Divorciado [] Outros

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

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



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Assim que acaba as minhas férias de um ano já estou programando outra (risos). Começo a buscar informações pelos meus amigos, como eles também viajam muito eu vou perguntando à eles, qual é a cidade do momento e a que eles mais gostaram de conhecer.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino?
Eu busco basicamente sair da rotina, conhecer lugares novos, pessoas novas, novidades em tudo. Fiquei com vontade de vir à Natal pelo fato de ser uma cidade cheia de belezas naturais e ficar no nordeste, ser na minha região, o gasto é muito menor, as pessoas são simples, não como aquele povo de São Paulo, besta! Já ouvi falar muito sobre Natal, as dunas, o morro do careca, o cajueiro e me deu vontade de conhecer tudo isso. Vim pela curiosidade pra ver se é tudo aquilo que o povo fala.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis?
Eu entrei no Google e sai pesquisando pela internet, procurei umas meninas que moram aqui na cidade pelo face e comecei à perguntar a elas o que é que aqui tem de bom, elas ficaram conversando comigo por um bom tempo e me convenceram a vir pra cá. Eu achei legal pesquisar no face porque acabei conhecendo não só a cidade mas as gatinhas também, elas foram bem verdadeiras comigo não achei nada de errado em tudo que elas me disseram.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Já conheço Salvador e Fortaleza, mas não acho legal essas cidades são grandes demais gostei de Natal porque é pequena, mais fácil de se locomover e as praias próximas são lindas. Viajo muito para lugares assim porque gosto de curtir a praia, o calor humano (risos). Costumo fazer viagens assim sempre que estou de férias ou em algum feriadão.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

A primeira imagem que dá é de uma cidade linda e tranquila. O diferencial que achei é que aqui tem praias belíssimas e tudo aqui é muito próximo, você anda bem pouquinho e já está na praia, já está no shopping dá pra ir pras praias vizinhas bem rapidinho. A imagem da cidade é super positiva, encantadora.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Sinto sim, agora como eu conversei com meninas que moram aqui é lógico que elas só iriam mostrar os pontos positivos da cidade né! Pra mim influenciou só os pontos positivos porque me animaram ainda mais ou pontos negativos eu não liguei, porque eu viria à Natal de qualquer jeito mesmo.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Depende dessa opinião negativa porque o que eu ouvi eu relevei muita coisa, nada demais os pontos negativos em comparação à outros lugares que conheci. Essa historia de prostituição que falam tanto daqui de Natal, pra mim não liguei porque isso tem em todo lugar e só iria me afetar se eu fosse atrás de uma mulher dessas. Como não procuro isso aqui relevei.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

A imagem está mais que de acordo. Compartilho direto as fotos pelo *instagram*, ai fica a galera todinha comentando no meu twitter, ultimamente ele está “bombando”. Ah também to colocando umas fotos no facebook e depois vou colocar um vídeo meu andando de bugre nas dunas.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Ah seria massa se tivesse um perfil no twitter que ficasse sorteando hospedagens em hotel e passagem aérea para o melhor comentário sobre Natal. Vixe a galera ia comentar muito, sobre a cidade, ia ser vários elogios para a cidade.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino?
Eu espero os meus pais entrarem de férias pra gente começar a decidir pra onde viajar. Eu começo logo procurando pela internet e perguntando pras meninas da minha sala o lugar que elas gostariam de ir, ai digo pros meus pais e eles vão numa agencia pagar.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino?
Pra conhecer novos lugares e ficar informada das coisas, conhecer tudo. Porque... não sei dizer direito... porque é um lugar muito lindo e possui bela praias e me chamou a atenção pela beleza e pelos hotéis.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis?
Nos sites de empresas de turismo, no Google... em blogs, só. Sim. Porque são sites bem visitados e que as demonstram a opinião de um jeito muito verdadeiro.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?
Sim, já conhecia outros locais, moro perto de Fortaleza e se parece muito com Natal. Não viajo muito não para lugares distantes só visitar a família mesmo, mas esse ano a gente quis fazer uma coisa diferente. A gente aproveita só quando pai e mãe estão de férias.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Um lugar calmo e sossegado... Hum... achei legal a cultura, as comidas. Acho a cidade tem praias tranquilas apesar de ser uma capital e dá pra sair também pros shoppings, ir ao cinema fazer uns programinhas mais na cidade grande. Quando vi a cidade pela primeira vez achei muito linda.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Me sinto sim, porque as pessoas já tem visitado esse lugar e da me curiosidade de conhecê-lo. Sim, porque se a opinião for positiva estimula as pessoas a visitarem o lugar, mas se for negativa o turista deseja menos visitar esse lugar.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Não eu iria procurar mais opiniões ver se era só aquilo mesmo. Se for realmente aquilo que eu vi eu desistiria de viajar procuraria um lugar melhor e com criticas boas.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Não, não ta. Porque só falam mal da prefeita que não fez nada pela cidade e pela violência e quando viaja você vê que não é só isso. Sim, eu postaria fotos na internet e comentários, estimulando outras pessoas a visitar o local.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Sim, porque as pessoas iam querer comentar coisas melhores sobre os lugares...

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: Ceará



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Depende, se for férias mesmo do trabalho eu começo a planejar com uns quatro meses de antecedência, se for só um feriadão eu viajo pra qualquer lugar que der na cabeça. Assim que descubro quando vai ser as minhas férias já começo a pesquisar.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? Conhecer novos lugares e outras coisas que tem na cidade. Eu já vim à Natal faz uns 20 anos e agora como a minha situação financeira melhorou muito decidi voltar pra ver como a cidade bonita como sempre.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis? Eu perguntei pra minha amiga que veio morar aqui em Natal como é que está à cidade e ela ficou de me mostrar tudo e está tudo muito diferente do que vi antes. Com certeza eu tive que procurar também às coisas na internet por que só ouvir ela dizer não dava, fui procurar umas fotos na internet, vídeos e achei muito legal. Ah eu acreditei em tudo que o povo diz sim, parecia ser bem real.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Eu conheci há vinte anos, tava parada em casa cuidando da minha mãe, depois que ela faleceu é que agora to começando a viajar de novo meus filhos dizem que eu preciso voltar a viver a minha vida. Nunca mais tinha viajado não lembro da ultima vez que viajei de verdade só fazia viagem pra resolver coisas nada de sair pra curtir.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

A minha primeira impressão foi meio assustadora, porque o morro do careca e a praia de ponta negra ta muito diferente do que eu vi antes, da outra vez que vim aqui ainda podia subir no morro. O que achei legal e que não mudou foi o parque das dunas que deixa a cidade com um ar de limpa e preocupada com o meio ambiental. Descrevo a imagem da cidade como belíssima, cheia de belezas naturais.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Acredito sim, porque as pessoas viajaram pra essa cidade e sabem dizer como ela está e se a informação for mentirosa a pessoa percebe pelo jeito que se fala. Se a opinião for negativa é preciso buscar outras opiniões pra ver se é verdade ou não, só assim pra acreditar de verdade.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

É como eu disse antes vou procurar saber se é verdade e também se é tão importante assim essa opinião se for eu penso bastante, caso contrario eu vou pra cidade mesmo assim. Eu vi muita gente falando mal da prefeitura, mas pra mim isso influencia mais pra quem mora na cidade eu vou ficar aqui só essa semana.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Está tudo do mesmo jeito que o povo falou na net, o calçadão de ponta negra ta feio, a cidade ta cheia de buraco, mas continua com as praias bonitas mesmo assim e com essa ponte grande ficou muito mais bonita. Os meus filhos ficaram em casa porque ainda estão tendo aula e ficam com raiva de mim a cada foto que eu posto no “face” (risos) e as legendas é que colocar pra gozar da cara deles.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Não sei se já existe, mas se existir um lugar só pra isso seria bem legal, se já existi desculpa, mas eu não sabia. Se tiver é bom é que divulguem pra gente ir mais fácil nesse local pra procurar a opinião sobre pra onde viajar.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: [] Masculino [x] Feminino

Status: [] Solteiro [] Casado [x] Divorciado [] Outros

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

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: Piauí



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Ah minha filha eu vivo de férias! Sou aposentado, chego na agencia de viagens e eles que me dão uma opção de lugar pra eu viajar. Fiz isso acho que faz mais ou menos um mês.

02)O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino?

Eu quero aproveitar agora pra conhecer outra cidade, lugares diferentes, conhecer pessoas, acho que isso é importante pra todo mundo em qualquer idade. A minha vontade de viajar é pra sair de casa mesmo, escolhi Natal porque eu ainda não conhecia.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis?

Eu procurei saber com a agencia que eu sempre visito e eles me indicaram vir até Natal, tinha até um cara lá que já conheceu a cidade e me disse que gostou então achei melhor vir pra cá mesmo. Eu não sei mexer muito na internet, as informações que eu vejo é tudo na televisão e nas revistas. Na TV eu vejo que o povo faz muito é propaganda do local até porque é um lugar que as pessoas usam pra promover a localidade.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Daqui do nordeste eu só tinha conhecido Recife como capital, mas lá é diferente daqui é mais histórica, aqui é pouco explorado a historia da cidade. Viajo mais para lugares tranquilos, pensei em ir a Gramado, mas já tava tudo lotado. Viajo pelo menos umas duas vezes ou três no ano.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Eu achei legal, como já tenho uma certa idade estava procurando uma capital que se eu precisasse de algo ia ter pertinho de mim e aqui é assim, tudo próximo e muito bonita. A diferença é essa que você não precisa ir muito longe pra encontrar o que você ta precisando.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Eu não tenho muita paciência pra internet não, acho que é muita besteira num lugar só. Mas também acho que o povo é bem verdadeiro. A informação negativa de qualquer coisa causa uma má impressão, a pessoa vai ficar sempre desconfiada.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Hoje em dia não ligo mais pra isso não, só quero saber é de viajar, conhecer um lugar e gente nova, antigamente podia até me importar com isso. Já deixei de fazer muita coisa por causa do opinião dos outros, agora não to mais nem ai.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Está sim, vi muito nos jornais que a ex-prefeita tava roubando dinheiro da cidade e realmente a cidade não está muito organizada não. Eu vou dizer pras outras pessoas que eu gostei da cidade, mas falta ainda organizar algumas coisas, mas acho que isso ta acontecendo mais agora por causa da prefeitura. Só uso o meu facebook pra conversar com algumas pessoas da família não sei colocar fotos, vou pedir isso pro meu neto fazer quando chegar em casa.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Acho que se tivesse algo nesse facebook pra estimular as pessoas a colocarem o que pensam seria bem melhor e a gente já iria no ponto certo, pra descobrir como é essa cidade. Mas parece que o governo, prefeitura, os hotéis o pessoal do turismo não quer saber disso.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: São Paulo



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Essa viagem agora eu gastei só uma semana planejando, eu vi que o valor da passagem tava bom, procurei hotel, procurei tudo e pronto to aqui. Semana passada vi na internet um casal de atores que estavam aqui em Natal pra gravar uma novela e achei muito bonito as fotos que eles colocaram ai comecei a me interessar.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? Eu to buscando aqui conhecer as dunas, o cajueiro, as praias, acho que aqui tem muita coisa bonita pra se conhecer. Me deu vontade de vir pra cá pelas fotos que eu vi, achei muito bonito, queria ver se era de verdade.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis? Eu procurei na internet, estava navegando vi as fotos desses atores e achei bonito e comecei a pesquisar como eu iria vir parar aqui em Natal, entrei no perfil de Natal no face e vi no twitter também e achei a cidade bem legal pra se conhecer, até porque não podia ficar muito tempo afastado de certas coisas como: banco, lojas, internet, celular... tinha que encontrar um local que isso tudo fosse bem próximo. Acho tudo muito confiável, porque a pessoa coloca aquilo na internet com base na sua opinião, pra ela é aquilo que ela ta expressando.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Só conhecia o carnaval de Salvador, Rio de Janeiro... já andei por quase todas as capitais que tem praia menos Natal e São Luiz. Viajo muito e a maioria das vezes à trabalho. Mas pra curtir sem me preocupar com nada pelo menos duas vezes no ano, no fim de ano, natal e réveillon e semana santa, aproveito o feriadão.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Nossa descrevo a capital como sendo muito linda, aconchegante, todos bem atenciosos. Acho que a hospitalidade do povo natalense me chamou bastante a atenção. Vou voltar outras vezes.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Acredito que sim, eu pelo menos sou bem verdadeiro no que coloco na internet. Acho que as outras pessoas também são vejo isso pelas fotos também que colocam. Esse tipo de informação positiva chama muito a atenção de quem ta procurando a informação e a opinião negativa as vezes é tão mínima que a opinião positiva se sobre sai da negativa.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Se ela for mais importante que a opinião positiva eu começo a ficar preocupado, mas com uma cidade não Natal não tem como acontecer isso. Se isso acontecer tem que ser algo muito grave pra eu desistir, só se o local tiver em crise mesmo!

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Está muito de acordo, uma coisa que percebi é o estádio pra copa, ele parece está grande, bem avançado, mas já vi os outros e realmente está muito atrasado, a cidade não está organizada. Não só compartilharia como já compartilhei, coloquei algumas fotos no face e no instagran e já fiz vários comentários no twitter.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Pra mim eu faço isso para incentivar outras pessoas à viajarem até Natal, a cidade é bonita, não quero receber nada em troca, na verdade só de estar compartilhando essas informações com os outros e quando eles vierem aqui e passarem umas férias maravilhosas pra mim já é uma grande satisfação, pra mim já basta!

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: São Paulo



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Uns seis meses mais ou menos, porque quanto antes eu comprar é melhor, porque fica mais barata a passagem. O bom de viajar é isso que você vai pegando os costumes e aprendendo ainda mais. Só quando vai chegando mais perto é que vou programando roupa, o que levar... essas coisinhas. Mas sempre faço tudo com bastante antecedência tenho medo de perder o hotel ou a passagem e acabar ficando sem viagem alguma.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? Busco conhecer a localidade. A vontade que me deu de conhecer Natal é que a cidade fica num ponto bem estratégico do Brasil, banhada por belas praias e daqui vou pra Portugal. Escolhi Natal porque o valor da passagem para Portugal estava mais em conta se eu saísse daqui e aproveitei pra passar uma semana aqui.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis? Dessa vez eu escolhi bem ao acaso, porque ia pra Portugal visitar a minha irmã e acabei decidindo vir pra cá também, sai pesquisando pela internet um hotel e barato e encontrei muita coisa boa por aqui. Procuro onde todo mundo procura, no Google (risos), só isso mesmo. Ah, nas redes sociais eu só olhei a página da cidade e pronto, vi tudo que já tinha visto na internet. Confio no Google porque quando você vai pesquisar sobre um lugar não é

só as empresas que coloca informações, as pessoas que visitaram o local também estão por lá e quer conhecimento maior do que o dessas pessoas?!... Não.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Ah não sei dizer direito, Rio de Janeiro conta como destino parecido com Natal!? Porque é capital, tem sol forte, mar, acho que sim não é!? Só conheço o Rio mesmo e viajo pra outras cidades do interior de Minas pra visitar a família. Viajo só quando estou de férias, ou seja só uma vez no ano.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Achei a cidade muita linda, belíssima, parecia ser bem tranqüila e quando cheguei aqui vi que é desse jeito mesmo. Adorei ter escolhido pra vir pra cá... descrevo a cidade como sendo radiante, de beleza simples e naturais.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Sinto-me sim, porque essas pessoas já conheceram a localidade e dizem o que posso encontrar aqui. A informação positiva sempre é muito bem vinda, já a negativa desanima um pouco.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Eu li muita coisinha negativa sobre a cidade, mas quer saber? Não liguei muito não, to aqui só de passagem e pra mim essas coisas não vão importar. Ah, ouvi falar muito de turismo sexual, eu não procuro isso já vi algumas garotas de programa na rua, mas pra mim não importa. Só quero fazer umas comprinhas e aproveitar a praia.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Ta sim, tudo que já vi aqui está de acordo com o que encontrei na internet, o morro do careca é lindo, as praias são bonitas, o calçadão ta feio (risos), no mais ta bonita a cidade. Compartilho sim, coloquei umas fotos no meu Orkut, porque tenho uns amigos da família que não tem facebook ai quero que eles vejam as fotos.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Enquanto eu procurava pela cidade não achei nada legal assim pra pesquisar sobre a cidade, tipo um lugar específico que eu veja sobre a cidade. O site de Natal só faz divulgar a cidade queria algo que me mostrasse a opinião das pessoas.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: [] Masculino [x] Feminino

Status: [x] Solteiro [] Casado [] Divorciado [] Outros

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

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: São Paulo



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino?
Uns três meses antes de viajar eu procuro sobre a cidade pra ver se eu pego uns valores bons, procuro saber de tudo que pode me agradar na cidade, passeios, vôos, hotéis, restaurantes, tudo! Sou bastante detalhista, por isso não gosto de pedir ajuda em agências, acho que eles sempre querem pegar dinheiro da gente, faço eu mesmo!

02)O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino?
Busco tranquilidade e fugir do trabalho. É isso que me desperta a vontade de viajar e só escolhi a cidade porque um amigo meu veio pra cá nas férias de julho com o filho e a esposa e disse que gostou muito da cidade e me indicou também o hotel, passeios... ele não parava de falar que acabei vindo pra ver se é tudo isso mesmo que ele dizia.

03)No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis?
Gosto de perguntar aos amigos, porque vejo eles pessoalmente e posso conversar mais, procurar saber detalhes. Essa historia de ficar pesquisando na internet não acho legal, gosto de olhar nos olhos da pessoa pra ver se é tudo verdade mesmo. Na internet você não vê a expressão da pessoa ao contar sobre a cidade. Só procurei na internet o hotel que foi indicado e o site oficial da cidade.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Minha família gosta mais de sair pro campo, interior, um lugar frio é mais tranquilo pra descansar, prefiro viajar pra outros países do que ficar por aqui pelo Brasil lá fora ta mais barato pra viajar. Viajo umas duas vezes no ano.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

A primeira imagem que o meu amigo passou foi de uma cidade tranquila, até porque pra gente que mora em São Paulo qualquer outro lugar é tranquilo. Achei a cidade pequena pra ser uma capital e gostei muito disso ela é uma cidade organizada apenas de ter visto muitas reportagens falando mal da prefeitura, não me afetou em nada. Acho que já descrevi como sendo bonita e tranquila.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Acho que não é tão bom quanto o contato olho no olho, algumas pessoas falam a verdade outras só querem promover a cidade. É complicado acreditar em tudo. As opiniões influenciam, mas sempre fico desconfiado, prefiro ouvir a opinião de um amigo do que de um desconhecido.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Eu vi muitas opiniões ruins sobre a cidade, mas procurei evitá-las para não ter aborrecimentos durante a viagem. Ouvi opinião sobre o transito, por isso to evitando os horários e os locais de pico, algumas praia que são um pouco sujas e que são freqüentadas por... desculpa... pessoas de má fé.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

O pouco que procurei está do mesmo jeito que vi na internet. Eu vou contar a meus amigos como foi a viagem e agradecer ao meu amigo pela indicação da cidade, mas não vou fazer isso de colocar fotos na internet deixo essa parte pra minha filha.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Eu acho que mesmo sem incentivo algum as pessoas falam besteiras na internet, se ganhassem algo em troca falariam ainda mais e ficaria difícil de acreditar na opinião dessas pessoas que falam por algum interesse pessoal.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: São Paulo



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Esse ano eu planejei com bastante antecedência, porque quero comemorar um ano de casamento em Natal. Eu procurei uma capital do nordeste. Pra ficar numa cidade grande não queria ficar num lugarzinho pequeno não e como Pipa também é aqui perto vamos passar pelo menos uns dois dias lá, se for muito bonito lá compro mais uma diária.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? Ah busco namorar muito... aproveitar o meu maridão. Com as correias no dia-a-dia a gente não fica muito tempo juntos. Como eu disse queria ficar na capital, porque fiquei de férias do trabalho, mas por ser a dona não posso ficar sem contato qualquer bronca tenho que estar na internet ou no telefone pra resolver.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis? Uma amiga minha passou a lua de mel aqui em Natal e disse que é bom, ai procurei os lugares legais e vim pra cá. Vi as fotos no facebook dela, tanta coisa linda, o por do sol no rio, as praias... Acredito sim, nas informações as fotos dela ficaram lindas e os comentários que outros amigos dela fizeram dava pra ver que a cidade é isso mesmo que a gente vê.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Já conheci outros lugares sim, mas acho que cada lugar tem a sua diferença, não acho que sejam iguais não. Porque tem praia que tem muita gente, tem outras que são mais desertas, outras caríssimas, outras que não tem nada interessante... depende da cidade. Viajo quase todo feriadão, mas escolho lugares mais próximos.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

Muito boa a imagem passada pela internet, gostei daqui porque aqui tem bastante vento, o mar enorme e um parque belíssimo, esse conjunto pra mim fez o diferencial da cidade. É linda, só isso pra resumir a cidade.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

A informação positiva deixa a cidade com credibilidade e essas opiniões são expostas por pessoas que conheceram a cidade, porque não acreditar nelas?! É mais fácil obter a informação assim, acho difícil uma pessoa mentir na internet elas falam demais sobre si, se expõem bastante uma informação sobre isso seria fixinha pra elas.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Olha, eu não vi opiniões negativas, mas se tivesse visto acho que não teria me influenciado tanto, porque a opinião que ouvi foi de uma amiga, vi fotos, vídeos e acredito no gosto dela.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Até agora não tive nenhum problema a imagem está de acordo com o que vi não sei amanhã(risos)... Fico compartilhando imagens a toda hora, pelo *instagram* e *twitter*. No *facebook* posto só algumas, porque demora mais pra carregar.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Seria interessante a própria cidade ter um local para melhor divulgação do destino, isso iria incentivar as pessoas à viajar pra conhecer a cidade. Acho que quem gostou da cidade faria isso sem precisar ter nada em troca, isso é o que faria não sei os outros...

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: [] Masculino [x] Feminino

Status: [] Solteiro [x] Casado [] Divorciado [] Outros

Idade: [] 14 a 17 anos [x] 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 [x] Ensino Superior [] Pós-graduado.

Ocupação: Empregado Estudante Desempregado Aposentado Autônomo 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



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? As outras viagens passo mais ou menos 3 meses antes pra ver se gasto pouco dinheiro, ai vou procurando o lugar que me interessa e depende da época do ano também. Depende de tanta coisa.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? Busquei sair bem de longe de onde trabalho, porque dessa vez me deram as férias esse mês sem eu ter me programado pra nada! Por isso só queria era sair da cidade, ficar bem longe do trabalho. Escolhi Natal porque um amigo veio morar aqui e me chamou pra conhecer a cidade.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis? Meu amigo, falava muito sobre a cidade, que quando chegou aqui conseguiu se habituar muito fácil com tudo. Ah, falo com meu amigo por telefone, pelo MSN ou pelo facebook. No meu caso era confiável sim, porque o meu amigo que passava as informações, mas já vi muito caso de "fake" na internet.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Não viajo muito para o nordeste, daqui eu só fui pra Salvador, Fortaleza, Campina Grande e outras poucas cidades do interior. Gosto de sentir o mar, o sol, porque combina com tudo! Pra mim vou pra qualquer lugar não tenho um clima e um jeito só de cidade pra conhecer. Sou eclético, curto tudo!

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

A imagem foi linda, pense numa cidade que me surpreendeu foi essa. Nunca vejo o povo falar dela, mas quando a pessoa vem aqui é que vê a beleza. Achei legal esse parque que tem bem grande, parece uma floresta no meio da cidade (risos). Já descrevi né!? Surpreendente!

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Me sinto sim! Acho que como eu, muitas pessoas são verdadeiras e gostam de expor a opinião. A opinião influencia muito no local, não tem como você ir pra um lugar que só escutar falar coisa ruim, mas também tem que saber relevar o que é importante pra você, colocar as opiniões na balança e medir a que tem mais peso.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

O meu amigo como está morando aqui, tava falando de umas coisas ruins que estavam acontecendo na cidade ultimamente por causa da prefeitura e passou nos jornais também, mas isso influencia mais pra quem mora na cidade, a gente que é turista está só de passagem, o ruim é que isso reflete um pouco na gente, mas eu não desisti de conhecer a cidade (risos).

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Está completamente de acordo, com o que li. Compartilho sim a todo o momento, agora mesmo estou colocando que estou sendo entrevistado, eu vivo na internet colocando tudo. Sobre uma cidade linda dessas é que vou postar coisas mesmo! Posto coisas no *facebook*, *twitter* e *instagran*.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Seria legal postar uma foto da cidade e concorrer à uma estadia no hotel. Eu ganharia! Isso iria aumentar muito a divulgação da cidade na internet.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Eu procuro na internet um local pouco divulgado, porque eu sei que nesse mês de novembro já começa a alta estação e fica tudo mais caro. De todas as capitais que vi essa foi a mais em conta. Ai no caso acho que gastei um mês pra planejar tudo.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino? Sem duvida eu quero é nem pensar no trabalho. A vontade de viajar é sair da rotina e Natal já era a minha cidade escolhida pra viajar porque já tinha ouvido falar muito dela e como eu disse antes pelo valor.

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis? Procurei as informações na internet tentei ver tudo da viagem pela internet, só a passagem que fui na loja da companhia aérea porque tirei em milhas. Procurei muita coisa no Google, até porque ele diz tudo que você precisa saber. Considero sim, porque se não procurasse lá ia ter que ir numa agencia de viagens e eles sempre cobram comissão e eu queria o menor preço.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?

Conheci sim outras praias, até porque moro perto de uma praia, por isso gosto muito. Já tinha vindo aqui pra pertinho no Ceará, mas aqui tá muito mais bonito. Gosto muito de viajar, mas nem sempre estou bem financeiramente. Viagem mesmo só pra visitar a família e raramente tem ano que nem viajo.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

A imagem que vi em primeiro lugar foi de uma cidade com consciência ambiental muito grande, porque a preservação que tem com o parque das dunas é admirável. A diferença que eu achei foi essa. É uma extensão muito grande verde na cidade.

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influência na credibilidade do local? Como?

Sim sim, ninguém precisa ficar mentindo com relação a isso, só aquelas pessoas que moram em outras cidades que perdem turistas para Natal, mas isso é só inveja. Essas informações são importantes, mas você tem que ver se essa pessoa escreve a verdade ou não, analisar outras respostas é importante.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

Vou procurar outras opiniões pra ver se é verdade se for muito discutida, acho que desisto de viajar, não sei, nunca aconteceu isso comigo, não sei como reagiria.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Não estou tendo do que reclamar da cidade até de acordo sim! Com certeza digo a outras pessoas as ótimas experiências que tive na cidade, amanhã quando chegar em casa vou reunir logo a família pra contar tudo de uma vez só porque é muita coisa boa pra falar da cidade.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Sei lá acho que não, porque as pessoas manipulariam a informação, colocariam somente coisas boas para poder ganhar algo e as pessoas que fossem ler depois seriam enganadas.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: Brasília



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO
DISCENTE: ALINE PRISCILLA TIMBÓ FERREIRA
ORIENTADOR: M.Sc. MÁRCIO MARREIRO DAS CHAGAS

**ROTEIRO DE ENTREVISTA
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA
ESCOLHA DE NATAL COMO 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 da discente e entrevistadora Aline Priscilla Timbó Ferreira. 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.

ESCOLHA DO DESTINO

01) Quanto tempo, em média, o senhor(a) dispensa planejando sua viagem? Com que antecedência começa a buscar informações e toma sua decisão por um determinado destino? Procurei viajar em cima da hora, porque uma pessoa desistiu de vir e tive que vir no lugar dela. Ai no caso não pude me programar.

02) O senhor(a) pode falar um pouco sobre o que busca ao viajar? O que lhe despertou interesse em viajar? E como escolheu Natal como seu destino?
Dessa vez eu vim à trabalho, mas mesmo assim procuro dar uma voltinha na praia com outro amigo da empresa que veio comigo. Eu tava querendo passar uns dias mesmo longe do escritório, alguém tinha que vir, então to por aqui. Quem escolheu Natal não foi eu (risos).

03) No processo de pesquisa para onde visitar, onde o senhor(a) busca informações para escolher o destino de férias? Em que tipo de fontes ou mídias? Considera tais mídias boas fontes de informação, de credibilidade, confiáveis?
As informações extras da cidade eu que procurei na internet, mas hotel e vôo foi a empresa que trabalho. Na internet deu pra ver se ia ter alguma festa, quais os locais mais frequentados na cidade, vai dar pra aproveitar... Acho confiável sim, pois só comenta quem conhece.

04) O senhor(a) já conhecia essa destinação de férias ou outros destinos com as mesmas características? Já é habituado a realizar viagens para destinos como esse? Com que frequência costumeiramente realiza essas viagens?
Conheço varias cidades sempre à trabalho, não saio viajando por muito tempo não, mas já sou habituado a viajar por todo o Brasil e o mundo. Viajo sempre que possível. Pra mim não tem tempo ruim.

05) De um modo geral, como o senhor(a) descreveria a sua primeira imagem da localidade obtida através dos conhecimentos adquiridos nas mídias? Quais suas características principais, seus diferenciais, suas peculiaridades? Como descreveria a imagem deste destino?

A imagem que achei foi bem positiva viu!? O que gostei na cidade é que o trânsito é muito tranquilo, vi algumas pessoas reclamando na internet, mas esse povo não sabe o que é passar duas horas num carro, sem sair do lugar. Descrevo a cidade como sendo bonita e pequena, e hospitaleira, fui muito bem recebido

06) O(a) senhor(a) sente-se seguro com relação as opiniões transmitidas pelas pessoas através dos meios digitais sobre determinado destino? Esse tipo de informação positiva ou negativa influencia na credibilidade do local? Como?

Sim, porque as pessoas expõem muito a sua vida na internet e nem sabe o que está fazendo, são ingênuas, por isso acho que é verdadeira sim as informações.

07) Como o senhor(a) se sente quando vê opiniões negativas sobre viagens a destinos que pretende ou pretendia visitar como isso influencia ou influenciou sua escolha?

A opinião negativa que iria me afetar seria pela minha empresa não ser muito bem recebida na cidade, que não é o meu caso. Mas como estou só de passagem não ligo não, mas se fosse demorar mais iria começar a me preocupar, porque li a informação e mesmo assim escolhi a localidade.

08) Para o(a) senhor(a) a imagem de Natal adquirida nas mídias está de acordo com que foi observado durante a viagem? Compartilharia da sua experiência para outras pessoas do que se passou nas férias? Como faria esse tipo de compartilhamento?

Não tenho do que reclamar não. Não sei se deveria colocar fotos na internet para o patrão não ver (risos), mas mesmo assim vou dizer como é bonita pra todo mundo vir visitar também. Se puder eu venho é morar aqui.

09) De um modo geral para o(a) senhor(a), existiria algum incentivo maior que lhe despertasse o interesse em divulgar suas opiniões positivas sobre o destino em sites especializados em divulgar opiniões de turistas que visitaram o destino? Quais?

Seria legal um incentivo, melhor foto, ou melhor comentário ganharia algo. E as empresas e órgão públicos precisam se aproximar mais das pessoas elas estão na internet é lá que eles devem estar também.

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL

Gênero: Masculino Feminino

Status: Solteiro Casado Divorciado Outros

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

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: São Paulo