

COMPORTAMENTO DOS TURISTAS EM APARECIDA/SP: UM ESTUDO SOBRE SUAS ATITUDES E EXPERIÊNCIAS

Fábio Luciano Violin ¹
Juliana Sargentelli Martins ²

Resumo: O turismo religioso é uma atividade em crescimento no mundo inteiro, atraindo milhões de turistas a cada ano. A Estância Turística de Aparecida, localizada no estado de São Paulo, é um dos principais destinos de turismo religioso do Brasil, tendo o Santuário Nacional de Nossa Senhora da Conceição Aparecida como o ponto central de peregrinação dos fiéis, onde recebe anualmente aproximadamente 12 milhões de visitantes de acordo com o Ministério do Turismo (2021), além disso, a Secretaria de Turismo do local afirma que as atividades turísticas representam cerca de 70% da economia do município, gerando empregos e renda. Portanto, levando em conta o fluxo turístico no destino, este artigo tem como objetivo principal analisar o comportamento do consumidor de turismo em Aparecida, identificando as motivações de visitação, o comportamento de consumo em rela o a souvenirs e produtos t picos, a satisfa o dos turistas e as perspectivas em rela o ao retorno no destino turístico. A coleta e análise dos dados pautou-se em análise documental e dados de pesquisa de campo complementar, por meio de questionários aplicados em turistas. Os resultados apontam que os turistas tendem a visitar principalmente por motivos religiosos, mas há outras motiva es além dessa, grande parte se sente satisfeitos na experiência de visita o, mas apresentam pontos que podem ser melhoradas pela administra o pública e prestadores de serviços turísticos de Aparecida, e isso irá influenciar diretamente na sua inten o de retorno ou não no destino, visto que os turistas satisfeitos tendem a retornar e a recomendar o local a outros viajantes.

Palavras-chave: Turismo religioso; Comportamento do consumidor; Aparecida; Santuário Nacional.

Abstract: Religious tourism is a growing activity worldwide, attracting millions of tourists every year. The Tourist Resort of Aparecida, located in the state of São Paulo, is one of the main religious tourism destinations in Brazil, with the National Sanctuary of Our Lady of Aparecida as the central point of pilgrimage for believers, receiving approximately 12 million visitors annually according to the Ministry of Tourism (2021). In addition, the local Tourism Secretariat states that tourism activities represent about 70% of the city's economy, generating jobs and income. Therefore, considering the tourist flow in the destination, this article aims to analyze the behavior of tourism consumers in Aparecida, identifying the motivations for visiting, the consumption behavior regarding souvenirs and typical products, the satisfaction of tourists, and the perspectives regarding the return to the tourist destination. The collection and analysis of data were based on documentary analysis and complementary field research data, through questionnaires applied to tourists. The results show that tourists tend to visit mainly for religious reasons, but there are other motivations beyond this, many of them feel satisfied with the visiting experience, but have points that can be improved by the public administration and tourist service providers in Aparecida, and this will directly influence their intention to return or not to the destination, since satisfied tourists tend to return and recommend the place to other travelers.

Keywords: Religious tourism; Consumer behavior; Aparecida; National Sanctuary.

INTRODU O

Sabe-se que o turismo religioso   um segmento do turismo que tem crescido significativamente em todo o mundo, segundo a Organiza o Mundial do Turismo (OMT), as



práticas desse segmento são consideradas uma das mais antigas e importantes do setor turístico, movimentando milhões de pessoas a viajarem anualmente a destinos turísticos religiosos em busca de experiências espirituais, culturais e pessoais (OMT, 2019).

Dentre os destinos que proporcionam experiências sobre o turismo religioso, no Brasil, o município de Aparecida, localizado no estado de São Paulo, se destaca sendo um destino turístico que recebe alto fluxo de turistas que buscam a fé católica. A Secretaria de Turismo do município (2021) afirma que as atividades turísticas possuem um impacto significativo na economia local, gerando empregos e movimentando diversos setores, desde o comércio até a hotelaria, representando cerca de 70% da economia local.

De acordo com o Ministério do Turismo (2019), o Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida recebeu aproximadamente 12 milhões de visitantes, esses dados apontam que o turismo no destino tem se desenvolvido e aumentado nos últimos anos. Ademais, o perfil dos turistas tem se modificado, não se limitando apenas aos turistas religiosos na fé católica, vem incluindo outros perfis de turistas, sendo visitantes de outras religiões, interessados em conhecer o destino e vivenciar novas experiências.

Considerando isso, o comportamento do consumidor de turismo em Aparecida é um objeto de estudo relevante para compreender como os visitantes se comportam em relação ao turismo no destino, conforme apontam Kotler e Armstrong (2017), esse campo de estudo é considerado um processo complexo que busca compreender aspectos como a busca, a compra, a avaliação e o uso de serviços e produtos, sendo influenciado por diferentes aspectos, como sociais, culturais, psicológicos e pessoais.

Diante disso, é importante compreender o comportamento do consumidor, como suas expectativas, motivações, preferências e comportamentos de consumo, uma vez que essas informações podem colaborar com o planejamento e desenvolvimento da gestão administrativa do turismo, bem como criar estratégias de marketing tendo como objetivo melhorias sobre a expectativa dos turistas e a promoção do destino.

Dessa maneira, o problema de pesquisa deste artigo é indicar os fatores determinantes que influenciam diretamente no comportamento do consumidor de turismo em Aparecida, levando em consideração suas preferências, expectativas e motivações dos visitantes. Tendo como base esse problema, a hipótese deste estudo é que as motivações espirituais, culturais, emocionais e psicológicas são os principais fatores na busca e escolha por destinos e atividades turísticas.



Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo analisar o comportamento do consumidor de turismo em Aparecida, identificando suas motivações, o comportamento de consumo em relação a souvenirs e produtos típicos, a satisfação dos turistas e as perspectivas em relação ao retorno no destino turístico. Considerando o contexto atual, a pesquisa pautou-se em fontes documentais, seguido de uma pesquisa de campo complementar. As conclusões deste estudo podem contribuir cientificamente sobre esse segmento de mercado e sua relevância para a indústria do turismo no destino, como o aprimoramento das estratégias de marketing acarretando na promoção do destino e no planejamento e desenvolvimento turístico do município e região.

REFERENCIAL TEÓRICO

O Turismo na Estância Turística de Aparecida

O turismo religioso é uma atividade crescente no mundo todo, fazendo com que milhões de turistas se desloquem de seu local de origem, esta atividade turística é de grande importância para o município de Aparecida, que está localizado no interior do estado de São Paulo no Vale do Paraíba. Segundo dados do Ministério do Turismo (2019), Aparecida é considerada um dos principais destinos turísticos religiosos do Brasil, atraindo anualmente mais de 12 milhões de visitantes, e grande parte deles tem como objetivo realizar uma peregrinação religiosa no Santuário.

A cidade é conhecida por abrigar o Santuário Nacional de Nossa Senhora da Conceição Aparecida, considerado o maior templo mariano do mundo, e o segundo maior santuário do mundo, ficando atrás apenas da Basílica de São Pedro, no Vaticano.

As atividades turísticas em Aparecida têm um impacto significativo na economia local, gerando empregos e movimentando diversos setores, desde o comércio até a hotelaria. Segundo a Secretaria Municipal de Turismo de Aparecida (2021), a atividade turística representa cerca de 70% da economia local.

É importante destacar que, em Aparecida, o segmento turismo religioso pode ser visto como um fenômeno social que envolve alguns aspectos, como a fé, a cultura e a identidade. De acordo com Soto (2015), o turismo religioso em si, pode colaborar na construção de identidades coletivas e para a afirmação de valores e tradições culturais. Diante disso, pode se afirmar que, o turismo no destino pode ser considerado uma opção e forma de expressão cultural e de reafirmação da identidade religiosa dos visitantes.

Porém, apesar disso, em relação à gestão dos fluxos turísticos e a preservação do patrimônio histórico e cultural da cidade, Aparecida apresenta alguns desafios. De acordo com Alves e Nascimento (2020), a gestão do turismo no município de Aparecida necessita de ações integradas entre os diversos setores envolvidos, contando com o poder público, o trade turístico e a comunidade local, para garantir o desenvolvimento sustentável do turismo no local.

Considerando isso, Batalha (2019), explica que o alto fluxo de concentração de turistas em determinadas épocas do ano pode sobrecarregar a infraestrutura local, acarretando problemas de trânsito e gerando dificuldades para acomodar todos os visitantes. Além do mais, a grande demanda turística pode afetar a preservação do patrimônio cultural e histórico do destino, solicitando ações integradas para garantir a sustentabilidade do turismo na região.

Ademais, é notório destacar que o turismo neste destino também apresenta alguns desafios no quesito “sustentabilidade ambiental”, Costa (2018), afirma que o aumento do fluxo turístico pode ocasionar impactos negativos no meio ambiente, como por exemplo, o consumo excessivo de recursos naturais e a geração de resíduos sólidos. Com isso, é essencial que a gestão pública de turismo do município de Aparecida leve em consideração não apenas os aspectos econômicos e culturais como importantes, mas também os aspectos ambientais, para que assim seja possível garantir a preservação dos recursos naturais da região.

Motivações dos Turistas para visitar Aparecida: fatores que influenciam a escolha do destino

Entender e compreender as motivações que levam os turistas a visitar um destino é fundamental para desenvolver e fomentar o turismo do local, como melhorias na infraestrutura turística, serviços oferecidos aos visitantes e criação de novos produtos turísticos (Moraes *et al.*, 2017).

. De acordo com Lima *et al* (2019), as motivações dos turistas para visitar um destino podem ser divididas em duas categorias: motivos intrínsecos, relacionados às características pessoais do indivíduo, e motivos extrínsecos, relacionados às características do destino.

No caso da Estância Turística de Aparecida, os motivos intrínsecos mais comuns incluem a procura por experiências religiosas e momentos espirituais, as crenças e a fé em



Nossa Senhora Aparecida, surgindo uma necessidade de renovação espiritual (SOUSA *et al.*, 2017). Por outro lado, os motivos extrínsecos incluem a infraestrutura turística da cidade, a proximidade geográfica e o reconhecimento e reputação do Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida.

Vale ressaltar que as motivações dos turistas consequentemente podem variar conforme sua origem e perfil socioeconômico. Tal como, turistas internacionais podem ter como motivações interesses culturais e desejos em conhecer a história do Brasil, já os turistas nacionais, podem estar mais interessados em experiências religiosas e espirituais (MARSHALL, 2021).

Além da religiosidade, outras motivações consideradas interessantes sobre a perspectiva dos turistas é a beleza arquitetônica e as áreas naturais da região, podendo ser consideradas fatores que motivam os turistas a visitar o destino Aparecida, o destino possui uma arquitetura impressionante, com destaque para a Basílica e o monumento do papa João Paulo II, além disso, a região possui belezas naturais como o Rio Paraíba do Sul e a Serra da Mantiqueira. Diante disso, pode-se afirmar que os atrativos citados pelo autor proporcionam experiências únicas e marcantes para os turistas, podendo conhecer um pouco mais sobre a rica história e a cultura da região.

Por fim, outro fator que pode influenciar e atrair os turistas para Aparecida é a gastronomia, visto que a cidade de Aparecida possui uma culinária típica, com destaque para o frango caipira, o arroz com pequi e o doce de leite, esses pratos são muito apreciados pelos visitantes que desejam experimentar a gastronomia local. Desse modo, a gastronomia é fundamental e é considerada parte essencial da cultura de um povo, por esse motivo desperta interesse nos visitantes em querer conhecer os sabores da região que estão viajando.

Satisfação dos Turistas e Expectativas em Relação à Experiência de Visitação

É fundamental estudar e entender a satisfação dos turistas para o desenvolvimento do turismo como atividade econômica e social, conforme relata Kozak e Rimmington (2000), no entanto, quando se trata de satisfação do turista, é correto afirmar que é o resultado do seu processo de avaliação dos momentos vividos durante toda a viagem, e isso irá influenciar diretamente na sua intenção de retorno ou não no destino, visto que os turistas satisfeitos tendem a retornar e a recomendar o destino a outros viajantes. Logo, o resultado



da avaliação de satisfação dos visitantes é um indicador fundamental da qualidade do destino turístico visitado.

Compreender as expectativas dos visitantes sobre a experiência de visita é muito importante para criar e/ou aprimorar o desenvolvimento estratégico e eficaz de marketing e promoção do destino. Uma vez que, suas expectativas são criadas por diversas razões, podendo ser pela influência da mídia, familiares e amigos, por suas experiências anteriores, pelas informações disponibilizadas sobre o destino e inclusive pela imagem que o destino possui. Desse modo, as expectativas de visita do turista com a realidade da experiência vivida durante a viagem, podem se tornar um fator determinante para a realização pessoal e satisfação do mesmo, e assim, conseqüentemente, um fator positivo para o desenvolvimento do destino turístico (Kozak; Rimmington, 2022).

Sobre o segmento turismo religioso em Aparecida, destaca-se que a satisfação e as expectativas dos turistas são fatores ainda mais relevantes, isso devido a importância dada ao Santuário Nacional, como destino turístico de devoção e peregrinação. Como descrito por Senna e Moura (2017), a satisfação dos visitantes em comparação às experiências vividas no Santuário pode estar associada não apenas à qualidade dos serviços ofertados, mas também à religiosidade e espiritualidade da visita. Assim sendo, entender as expectativas dos visitantes em relação a experiência de visita pode ser essencial para a promoção positiva de uma visita satisfatória e significativa ao Santuário Nacional.

Do ponto de vista de Nyaupane *et al*, (2015), os visitantes que tem como motivação a religiosidade, buscam experiências que permitem renovar sua fé e conectar-se com o sagrado. Com isso, a qualidade dos serviços ofertados, a infraestrutura turística e a organização do destino em si, podem ser tão importantes quanto a experiência espiritual para a atingir a satisfação dos turistas religiosos. Em vista disso, é imprescindível que os prestadores de serviços turísticos em Aparecida se atentem muito bem à qualidade dos serviços prestados, desde a hospedagem até os serviços de alimentação e transporte.

A avaliação das expectativas dos visitantes pode proporcionar *insights* valiosos contribuindo positivamente com o desenvolvimento de novas experiências turísticas que atendam às demandas e preferências dos turistas. Dessa maneira, identificar e atender as expectativas dos visitantes é um fator positivo fundamental de competitividade para o destino turístico de Aparecida, faz-se importante que os gestores e prestadores se esforcem para conseguir superar as expectativas dos visitantes e assim, oferecer experiências memoráveis (Araújo *et al.*, 2013; Bartsch & Hartmann, 2017).



Ademais, as opções de entretenimento e lazer diversificada podem influenciar na satisfação dos turistas, como descrevem Lin & Fu (2020), as diferentes ofertas de atividades turísticas certamente são capazes de contribuir para a construção de uma experiência positiva e satisfatória do visitante. Por este motivo, faz-se necessário que o destino turístico Aparecida ofereça opções diferentes de lazer e entretenimento que sejam capazes de atrair turistas de perfis e interesses diferentes, contribuindo diretamente para a diversificação da oferta turística do destino.

Portanto, compreender as expectativas dos turistas em relação à experiência de visitação pode colaborar para a identificação de oportunidades de desenvolvimento de novos produtos turísticos no destino.

METODOLOGIA

Em primeiro momento, para a compreensão do tema, foi realizada a pesquisa bibliográfica para a construção do referencial teórico, na qual o “pesquisador faz o levantamento de informações que sejam relevantes na construção da pesquisa científica” (DE SOUZA; DE OLIVEIRA; ALVES, 2021).

Desse modo, os autores citados anteriormente destacam que, em uma pesquisa científica: “a pesquisa bibliográfica é importante no levantamento de informações relevantes que contribuam no desenvolvimento da pesquisa, na elaboração do tema e na revisão bibliográfica ou quadro teórico” (DE SOUZA; DE OLIVEIRA; ALVES, 2021).

Assim sendo, os dados foram coletados a partir de fontes documentais, as quais podem ser conceituadas como “fontes que abrangem estudos, diagnósticos e avaliações vinculadas a pessoas e instituições”, segundo Gehrke (2018) e foram constituídas em livros, artigos de revistas em bibliotecas acad micas e notícias referentes às vertentes tratadas, no qual os mesmos foram referenciados neste artigo.

Do ponto de vista de abordagem, o delineamento da metodologia partiu na natureza qualitativa do tipo exploratória, entende-se tal natureza pautada em Mário Cardano (2017), o qual conceitua como qualitativa as pesquisas as quais apresentam:

Um argumento persuasivo capaz de convencer a comunidade científica das razões e do interesse sobre a questão que deseja conhecer (seu significado teórico, sua relevância pragmática), sobre os procedimentos metodológicos adotados e ativados para construir a resposta   questão de pesquisa. (CARDANO, 2017, p. 12).

Após isso, a próxima etapa realizada foi a coleta de dados, que ocorreu por meio da elaboração e aplicação de questionários em campo, no dia 6 de abril na Estância Turística



de Aparecida, com o público-alvo. A escolha para realizar a pesquisa de campo neste dia foi estratégica, pois foi o dia em que antecedeu o feriado “sexta feira santa”, e que no qual foi um feriado prolongado, contendo um maior fluxo de turistas. Sendo assim, a amostragem ocorreu de forma aleatória, totalizando 87 amostras, tendo como público alvo turistas de Aparecida, sendo maiores de 18 anos.

Diante disso, a amostra se deu por conveniência, na qual pode ser conceituada como uma técnica de amostragem não probabilística, isto é, um método que se utiliza para formar amostras mais facilmente, considerando a disponibilidade de acesso, mas descartando o quesito de afirmações estatísticas (AHMED *et al.*, 2020).

Considerando que o questionário foi uma forma de interação social a fim de obter respostas, algumas perguntas que nortearam a pesquisa foram referentes as motivações de visitação, sobre o que mais valoriza durante a viagem no destino, o comportamento de consumo em relação a souvenirs e produtos típicos, a perspectiva de satisfação em relação a infraestrutura e serviços ofertados no destino e qual sua intenção de retorno.

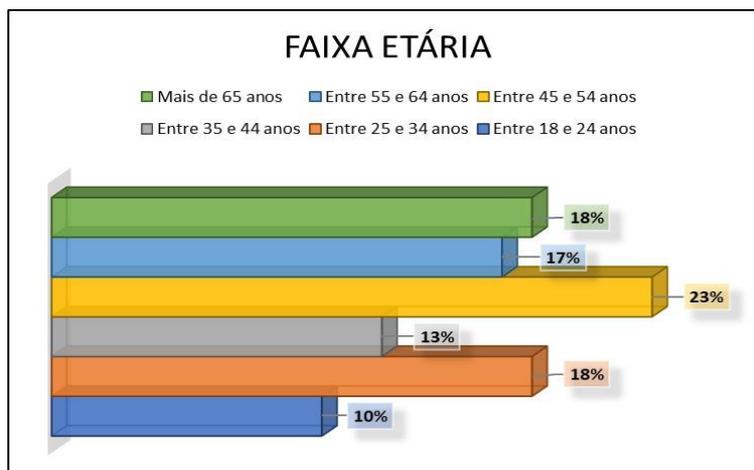
Posteriormente, para a análise dos dados foi executada a organização da amostragem em tabulação no *Excel*, gerando os resultados apresentados por meio de gráficos com porcentagens, ficando mais fácil a visualização e entendimento.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Sobre a estrutura do questionário, o mesmo foi composto por 12 perguntas, ambas sendo de alternativas e respondido por 87 turistas como público alvo, conforme descrito anteriormente. Esse instrumento de pesquisa buscou informações sobre opiniões individuais dos entrevistados, além das informações pessoais como idade, gênero e localização. Conforme os resultados do questionário, no quesito gênero, dos 87 entrevistados, 53 se identificaram com o gênero feminino e 34 se identificaram com o gênero masculino.

Já em relação a faixa etária, pode-se dizer que a maioria dos entrevistados possuem idade superior a 44 anos.

Gráfico 1: Faixa Etária



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

De acordo com a localização, o questionário obteve como respostas 26 municípios diferentes como local de origem dos entrevistados, dentre essas cidades, foram identificados municípios da região de Aparecida onde costumeiramente recebem turistas no destino pelo fato geográfico “localização” ser mais próxima. Mas além disso, também foram identificados turistas de municípios mais distantes, como: Barretos-SP, Campinas-SP, Holambra-SP, Limeira-SP, Osasco-SP, Santana do Parnaíba-SP, São Paulo-SP, Sorocaba-SP, Andradas-MG, Belo Horizonte-MG, Juiz de Fora-MG, Várzea Grande-MT, Brasília-DF, Curitiba-PR, Foz do Iguaçu-PR, Jacarezinho-PR e Wenceslau Braz-PR.

Dentre os 26 municípios, identificou-se 6 estados diferentes, onde a partir disso, pode-se afirmar que no estado de São Paulo se localizam mais da metade dos entrevistados, conforme aponta o gráfico 2:

Gráfico 2: Localização por estados



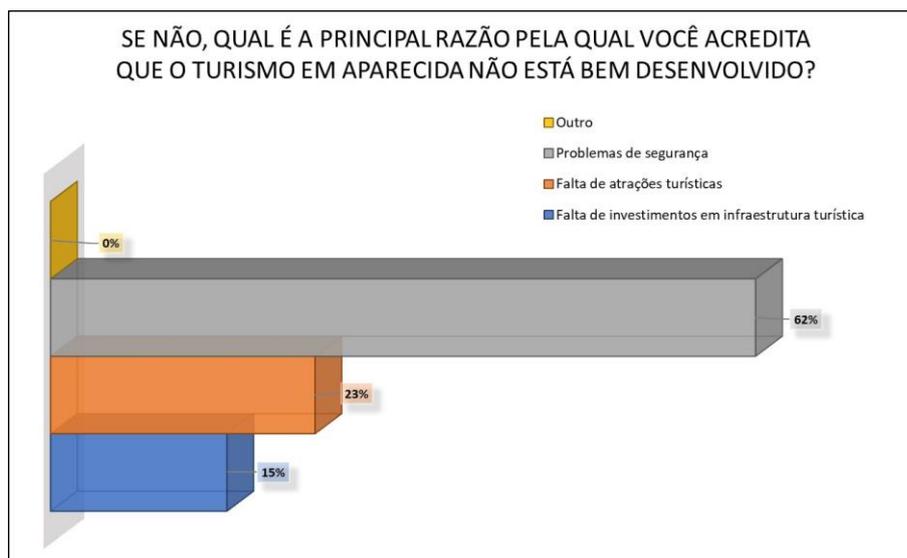
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

De acordo com as regiões, sudeste obteve a maior porcentagem sendo 78%, a região sul obteve 16% e a região centro-oeste 6%.

A fim de descobrir a opinião do entrevistado em relação ao desenvolvimento do turismo no destino, foi realizada a pergunta: “Você acha que o turismo em Aparecida está bem desenvolvido?”, tendo como alternativas de respostas “sim” ou “não”. Caso fosse escolhida a resposta “não”, o turista passava a responder a seguinte pergunta “Se não, qual é a principal razão pela qual você acredita que o turismo em Aparecida não está bem desenvolvido?”, e a partir disso, disponibilizando 4 alternativas para escolha do motivo, conforme o gráfico 4.

Desse modo, 85% dos entrevistados responderam “sim”, afirmando que o turismo está bem desenvolvido no destino turístico. Já 15% responderam com “não”, discordando do desenvolvimento positivo do local, justificando suas respostas conforme o gráfico 3:

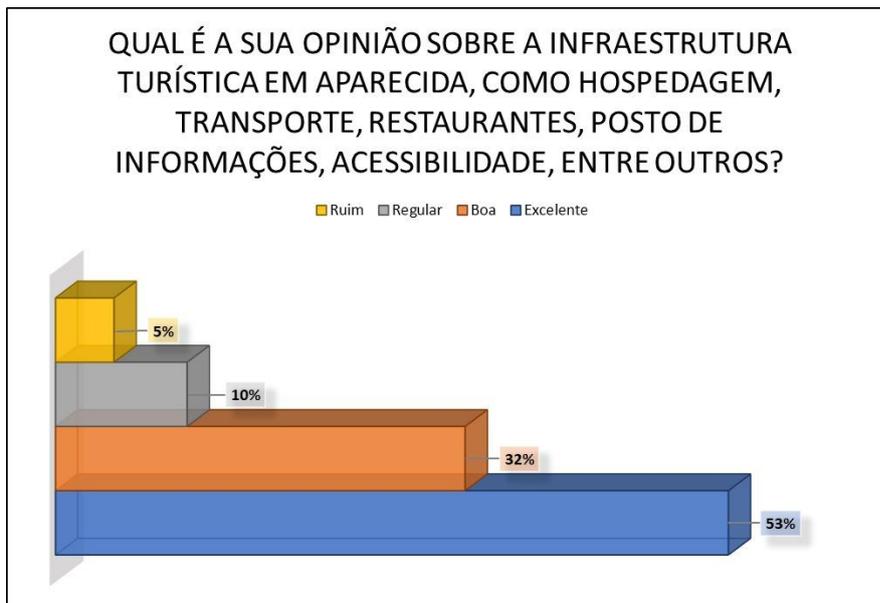
Gráfico 3: Motivo pelo qual o turismo não está bem desenvolvido



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Com o objetivo de identificar a satisfação dos turistas, foi realizada a avaliação em relação aos serviços ofertados e a infraestrutura turística do destino. E com isso, a partir dos resultados, verificar possíveis melhorias em relação a esses serviços, para que posteriormente, o nível de satisfação dos visitantes se eleve.

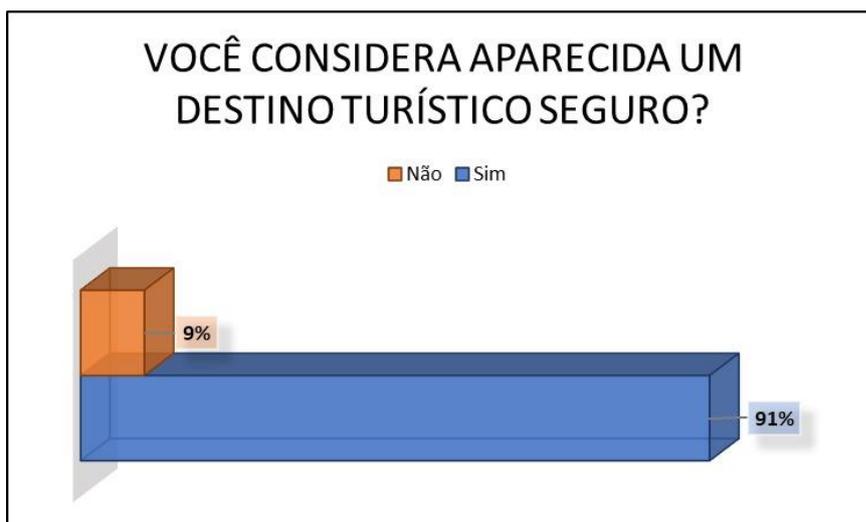
Gráfico 4: Infraestrutura Turística



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Levando em consideração o resultado dessa avaliação, a próxima pergunta realizada foi paralela a esse tema e os entrevistados que responderam a pergunta com a alternativa “não”, pode ser uma justificativa sobre a avaliação em relação a infraestrutura turística, que deve levar em consideração esse ponto a ser melhorado.

Gráfico 5: Aparecida como destino turístico seguro



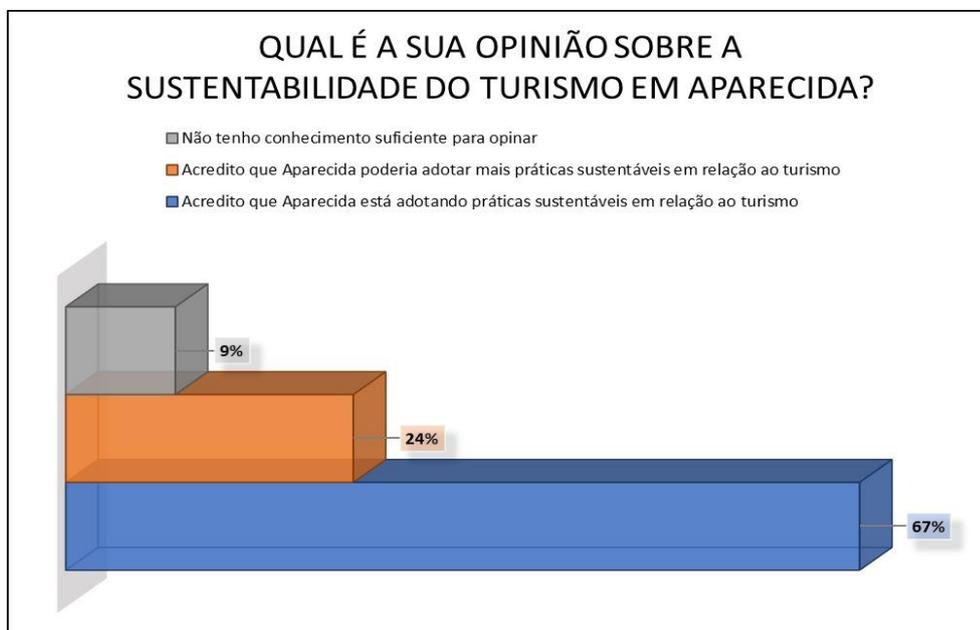
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Em relação a sustentabilidade no destino, considerando que o local recebe muitos turistas no ano todo e principalmente em determinadas épocas, é fundamental que os



gestores estimulem o turismo sustentável, elaborando sempre estratégias que minimizem os impactos ambientais e sociais causados pelo grande fluxo de turistas.

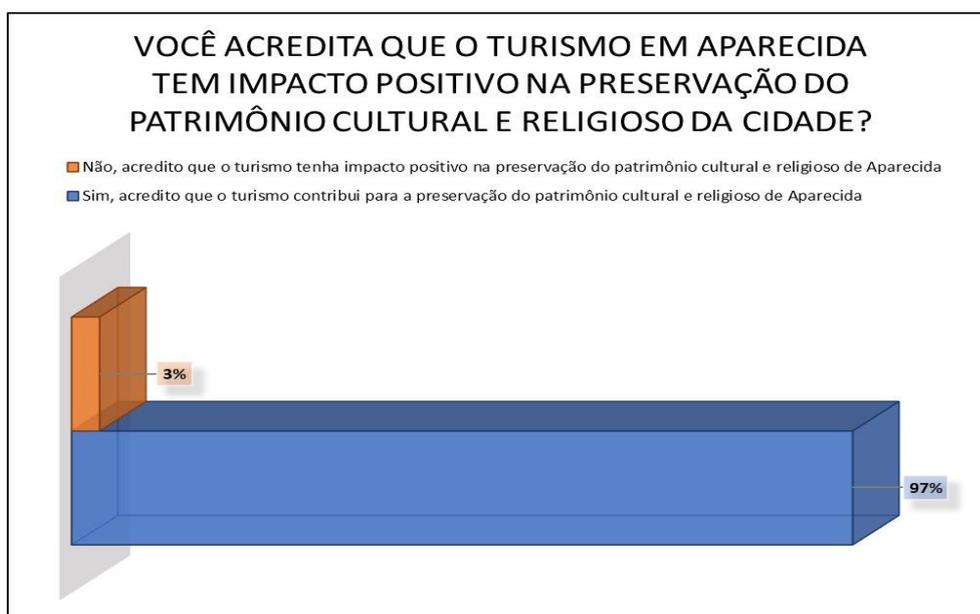
Gráfico 6: Sustentabilidade no destino



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

O gráfico 7 apresenta a relação do turismo e da preservação, demonstrando que é necessário que as atividades turísticas preservem o patrimônio natural e cultural da região, isso porque podem trazer benefícios a longo prazo, como a preservação da cultura e dos recursos naturais da região.

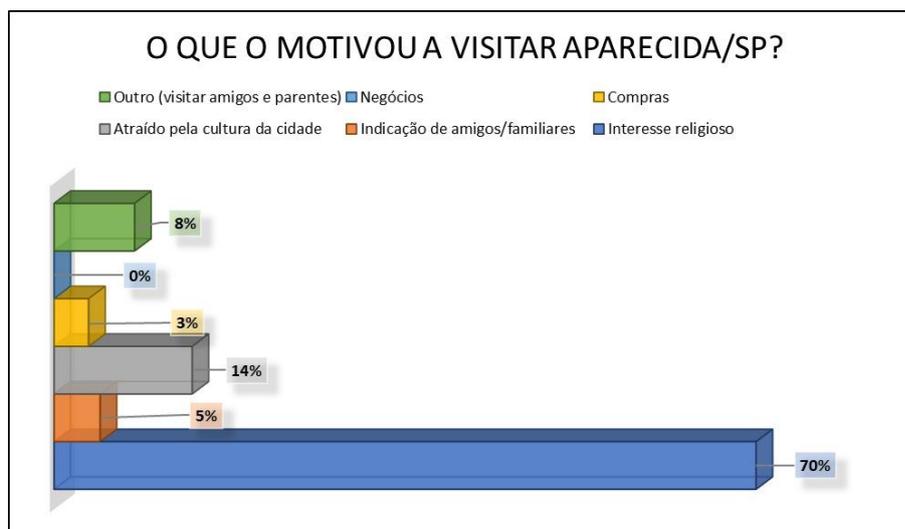
Gráfico 7: O turismo e a preservação dos patrimônios



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Tendo como objetivo identificar as principais motivações dos turistas, foi realizada a seguinte pergunta: “O que o motivou a visitar Aparecida?”. Visto que, compreender as motivações dos turistas a visitar um destino é essencial para fomentar o turismo do destino, uma vez que, as motivações podem proporcionar *insights*, que contribui com o desenvolvimento de novas experiências que atendam às demandas e preferências dos turistas.

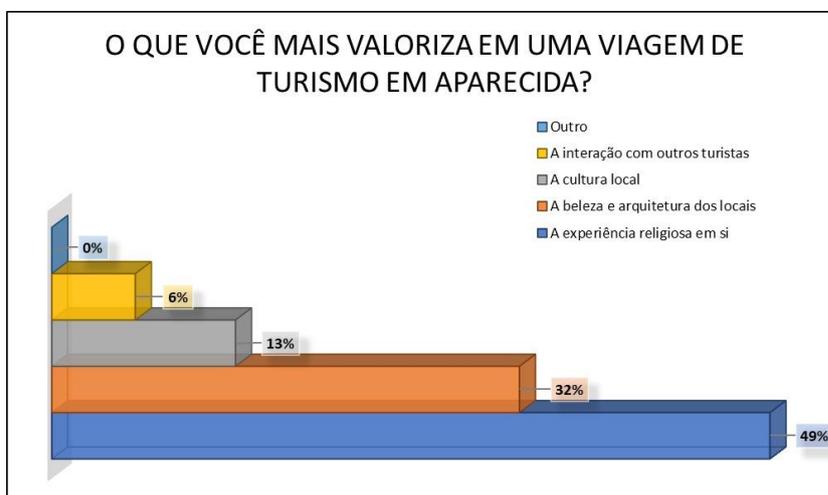
Gráfico 8: Motivação de visitação



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A partir disso, a seguinte pergunta teve o intuito de levantar as principais valorizações dos turistas, e os resultados podem servir como uma forma do destino se planejar para a oferta de diferentes opções de lazer e entretenimento que sejam capazes de atrair turistas de perfis e interesses diferentes.

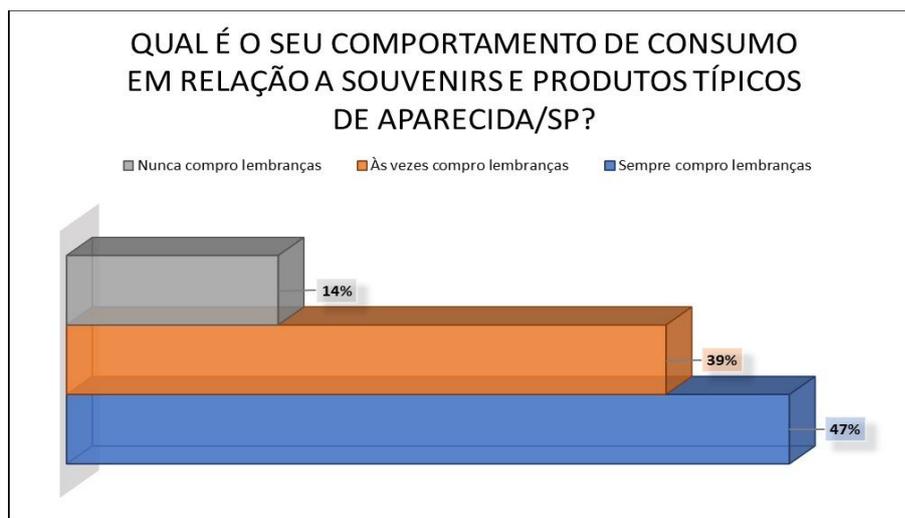
Gráfico 9: Valorização de experiência



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Pensando na economia, foi abordado no questionário a relação de comportamento de consumo à souvenirs e produtos típicos (gráfico 10). Visto que, os turistas que possuem o hábito de comprar lembranças, contribuem positivamente com a economia local e o crescimento do desenvolvimento turístico em Aparecida, reforçando que as atividades turísticas têm um impacto positivo na economia local.

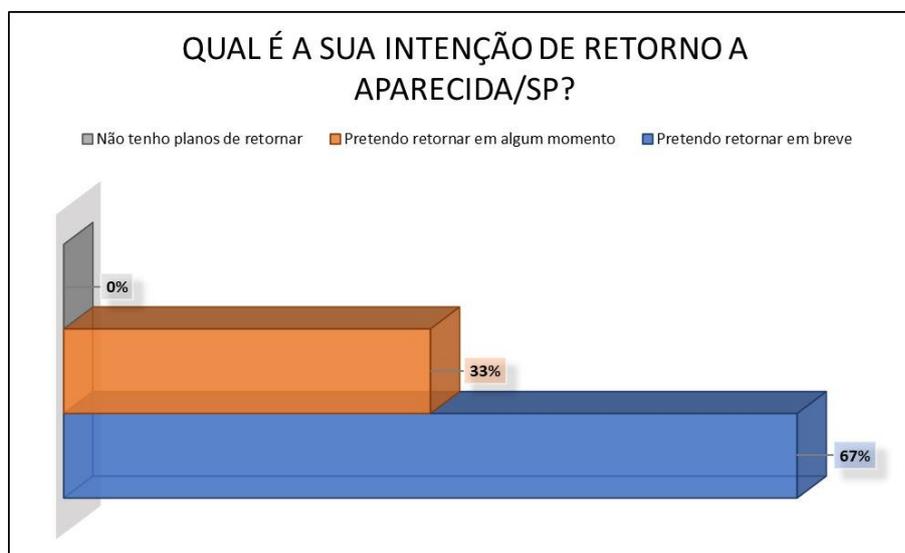
Gráfico 10: Consumo de souvenirs e produtos típicos



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Por fim, considerando o que foi dito por Kozak e Rimmington (2000), a satisfação do turista pode gerar retorno ao destino e indicação a amigos e familiares, por este motivo, a seguinte pergunta foi justamente para identificar seu nível entre expectativa criada e satisfação atingida.

Gráfico 11: Intenção de retorno



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.



IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

O estudo e compreensão do comportamento dos turistas são fundamentais para o desenvolvimento do turismo em uma região. A análise das motivações, expectativas e satisfação dos visitantes pode ser vista como uma oportunidade de crescimento exponencial do turismo no destino, uma vez que as atividades turísticas têm um impacto positivo na economia local, gerando empregos e movimentando diversos setores economicamente.

No caso específico de Aparecida, os turistas são motivados a visitar o destino principalmente por aspectos religiosos, que se sobressaem aos demais, mas outras motivações também surgem, como o interesse em conhecer a cultura local, a admiração pela arquitetura e beleza dos patrimônios, e motivações derivadas da mídia e da imagem que o destino turístico transmite. Com base nos resultados do estudo, é possível planejar e desenvolver a infraestrutura e serviços turísticos que são avaliados como pontos a serem melhorados pela satisfação dos próprios turistas.

Porém, é importante ressaltar que a satisfação do turista não depende apenas da qualidade dos serviços prestados, mas também da infraestrutura turística e de aspectos econômicos. É essencial que a gestão de turismo de Aparecida pense na sustentabilidade do destino, buscando estratégias de planejamento sustentável, visto que recebe anualmente um fluxo alto de turistas, principalmente em determinadas épocas do ano, como feriados prolongados e religiosos.

Nesse sentido, é fundamental que os prestadores de serviços turísticos se atentem à qualidade dos serviços prestados, desde a hospedagem até os serviços de alimentação e transporte, proporcionando experiências memoráveis aos visitantes, a fim de causar o desejo de retornar ao local o quanto antes e incentivar a realização de viagens futuras. Turistas satisfeitos tendem a retornar ao destino turístico e além disso, indicam o destino a outras pessoas, promovendo espontaneamente a promoção do destino, criando uma imagem positiva.

Além disso, é necessário que os gestores do turismo de Aparecida planejem ações que estimulem o turismo sustentável, promovendo ações que minimizem os impactos ambientais e sociais causados pelo grande fluxo de turistas na região. É importante que as atividades turísticas não comprometam a qualidade de vida da população local, preservando o patrimônio natural e cultural da região.

Dessa forma, é fundamental que as autoridades responsáveis pelo turismo em Aparecida adotem uma abordagem integrada, visando equilibrar o desenvolvimento econômico do turismo com a preservação ambiental e social. A adoção de práticas sustentáveis no turismo pode trazer benefícios a longo prazo, como a preservação da cultura e dos recursos naturais da região, o que pode atrair ainda mais turistas e promover o desenvolvimento econômico e social de Aparecida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude dos fatos mencionados, pode-se afirmar que estudar e compreender o comportamento de consumo dos turistas, suas motivações, expectativas e satisfação podem ser vistas como uma oportunidade de crescimento exponencial do turismo no destino, visto que as atividades turísticas possuem um impacto positivo na economia local, gerando empregos e movimentando diversos setores economicamente. Conforme os dados descritos, os turistas são motivados a visitar o destino principalmente por aspectos religiosos que se sobressai aos demais, porém, surgem outras motivações como o interesse em conhecer a cultura local, a admiração pela arquitetura e beleza dos patrimônios, motivações derivadas da mídia e da imagem que o destino turístico transmite.

A partir dos resultados do estudo, é possível planejar e desenvolver a infraestrutura e serviços turísticos que são avaliados como pontos a serem melhoras pela satisfação dos próprios turistas. Com isso, caso os prestadores e gestores do setor turístico se alinhem e modifiquem os itens mencionados, isso diretamente favorecerá nos quesitos fatores expectativa e satisfação dos visitantes. Logo, turistas satisfeitos tendem a retornar ao destino turístico e além disso, indicam o destino a outras pessoas, promovendo espontaneamente a promoção do destino, criando uma imagem positiva.

Diante disso, observou-se que a maioria dos turistas satisfeitos possuem intenção de retornar em breve ao destino, enquanto alguns pretendem retornar em algum momento, a partir disso, levando em consideração os aspectos relacionados a expectativa, satisfação, motivação, experiências e consumo, é possível que esses turistas não conseguiram atingiram o alto nível de autorrealização durante sua viagem no local. Portanto, faz-se necessário que os prestadores turísticos se atentem muito bem à qualidade dos serviços prestados, desde a hospedagem até os serviços de alimentação e transporte. E assim,

proporcionando experiências memoráveis aos seus visitantes, causando desejo de retornar ao local o quanto antes e incentivo a viagens futuras.

Contudo, além dos serviços, infraestrutura turística e aspectos econômicos, é essencial que a gestão de turismo de Aparecida pense também na sustentabilidade do destino, buscando estratégias de planejamento sustentável, visto que recebem anualmente um fluxo alto de turistas, principalmente em determinadas épocas do ano como feriados prolongados e religiosos, uma vez que o destino abriga o Santuário Nacional que é reconhecido no país e no mundo.

REFERÊNCIAS

AHMED, S.; Hasan, M., AHMED, M. W.; CHOWDHURY, M. A. H., & HASAN, O. Knowledge, attitude, and practice towards cervical cancer among female university students in South Asian countries: A systematic review and meta-analysis. **Plos One**, 15(8), 2020.

ALVES, A. C.; NASCIMENTO, D. Turismo religioso em Aparecida/SP: Desafios e perspectivas. **Turismo Religioso em Perspectiva**. 2020.

APARECIDA, Prefeitura municipal de. Secretaria municipal de turismo de Aparecida. **Aparecida em números**. Aparecida, 2021. Disponível em: <http://aparecida.sp.gov.br/aparecida-em-numeros/>. Acesso em: 03 abr. 2023.

ARAÚJO, F. F. de, VIEIRA, F. C., & TURANO, L.M. (2013). Subculturas Religiosas de Consumo: Um Estudo Etnográfico sobre Práticas de Consumo de Jovens Católicos. Anais, **Seminários em Administração - SemeAd**. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/cbr/article/view/242030>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

BARTSCH, A., & HARTMANN, T. (2017). The Role of Cognitive and Affective Challenge in Entertainment Experience. **Communication Research**, 44(1), 29–53.

BATALHA, M. O. C. **O turismo em Aparecida/SP: Desafios e Perspectivas**. In: Anais do IX Encontro de Iniciação Científica e Pós-Graduação do Ibilce. São José do Rio Preto, 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Festas religiosas devem movimentar milhares de turistas neste final de semana**. 2019. Disponível em: <http://antigo.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/13026-festas-religiosas-devem-movimentar-milhares-de-turistas-neste-final-de-semana.html> . Acesso em: 06 abr. 2023.

CARDANO, Mario. **Manual de pesquisa qualitativa: a contribuição da teoria da argumentação**. A contribuição da teoria da argumentação, Petrópolis, p. 12, 2017.



COSTA, R. M. Turismo religioso e sustentabilidade: Uma análise do Santuário Nacional de Aparecida. **Revista Acadêmica de Economia e Turismo**, [S.l.], v. 1, n. 3, p. 23-38, 2018.

DE SOUSA, A. S.; DE OLIVEIRA, G. S.; ALVES, L.H. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da FUCAMP**, v. 20, n. 43, 2021.

GEHRKE, Marília. **O Uso de Fontes Documentais no Jornalismo guiado por dados**. 2018. 130 f. Dissertação (Pós-Graduação) - Curso de Jornalismo, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/172614>. Acesso em: 25 mar. 2023.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 16ª edição. São Paulo, 2017.

KOZAK, M.; RIMMINGTON, M. Measuring tourist satisfaction with multiple destination attributes. **Tourism Analysis**, v. 5, n. 3-4, p. 229-239, 2000.

KOZAK, M.; RIMMINGTON, M. **Tourist satisfaction**: a view from a mixed international perspective. *Annals of Tourism Research*, v. 49, p. 1-19, 2022.

LIMA, A. P. L., *et al.* **Comportamento do Consumidor**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

LIN, C. F., & FU, C. S. (2020). Cognitive implications of experiencing religious tourism: An integrated approach of means–end chain and social network theories. **International Journal of Tourism Research**, 22(1), 71–80.

MARSHALL, T. N. **Folclore, mitologias e lendas**: narrativas culturais para promoção de destinos turísticos? Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal de São Carlos, 2021.

MORAES, H. T. C.; FERREIRA, M. S. S. A.; SILVA, C. A. O turismo religioso como vetor de desenvolvimento socioeconômico: um estudo em Aparecida/SP. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 157-176, 2017.

NYAUPANE, G. P., TIMOTHY, D. J.; POUDEL, S. Understanding tourists in religious destinations: A social distance perspective. **Tourism Management**, 48(1), 343–353, 2015.

OMT - Organização Mundial do Turismo. **Faith Tourism**: Understanding the Market and Consumer. Madrid: OMT, 2019.

SILVA, J. P.; CARVALHO, A. B. Motivações para o turismo religioso na Estância Turística de Aparecida. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 8, n. 5, p. 340-354, 2019.

SOUSA, B; CASAIS, B; MALHEIRO, A; SIMÕES, C. A experiência e o marketing turístico em contextos religiosos e de peregrinação: o caso ilustrativo dos Caminhos de Santiago. **Revista Turismo e Desenvolvimento**, n 27-28, p. 780-800. 2017. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/54113/1/Sousa%20et%20al%202017%20turismo%20e%20desenvolvimento.pdf>>. Acesso em: 14 abr 2023.



“TURISMO CULTURAL E
MARKETING CRIATIVO”

FÓRUM INTERNACIONAL
DE TURISMO DO IGUASSU

17ª edição | 2023
31MAI A 02JUN
Foz do Iguaçu - Paraná - Brasil

SENNÁ, V.; MOURA, M. O turismo religioso no Brasil: um estudo sobre o Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida. **Turismo em Análise**, v. 28, n. 2, p. 221-238, 2017.

SOTO, E. M. El turismo religioso: una aproximación conceptual y metodológica. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 13, n. 5, p. 1043-1057, 2015.