

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB

Centro De Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Administração – CADM

**IMPACTOS DO TURISMO: UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS  
RESIDENTES DA CIDADE DO CONDE/PB.**

ALANA FRANCISCO DA SILVA

João Pessoa

Setembro 2019

ALANA FRANCISCO DA SILVA

**IMPACTOS DO TURISMO: UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS  
RESIDENTES DA CIDADE DO CONDE/PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários para conclusão do curso de Graduação em Administração, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, na Universidade Federal da Paraíba – UFPB.

**Professor Orientador:** Dra. Fabiana Gama de Medeiros

João Pessoa  
Setembro 2019

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

S586i Silva, Alana Francisco da.

IMPACTOS DO TURISMO: UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS  
RESIDENTES DA CIDADE DO CONDE/PB. / Alana Francisco da  
Silva. - João Pessoa, 2019.

28 f. : il.

Orientação: FABIANA GAMA DE MEDEIROS.  
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. TURISMO. 2. RESIDENTE. 3. IMPACTOS. 4. QUANTITATIVA.  
I. MEDEIROS, FABIANA GAMA DE. II. Título.

UFPB/CCSA

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração.

**Aluna:** Alana Francisco da Silva

**Trabalho:** Percepção dos residentes acerca dos impactos do turismo: implicações para a satisfação com o lugar e a qualidade de vida em uma visão do marketing de lugares na cidade do Conde/PB.

**Área da pesquisa:** Marketing.

**Data de aprovação:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**Banca Examinadora**

---

Fabiana Gama de Medeiros

Orientador

---

Diana Lucia Teixeira de Carvalho

Membro 1 (Obrigatório)

## **AGRADECIMENTOS**

Com este trabalho concluo mais uma etapa da minha vida. Finalizo minha participação na graduação, levando comigo o sentimento de gratidão a todos que de alguma forma contribuíram para realização de um dos meus sonhos. Não foi fácil chegar até aqui, mas o incentivo e cooperação de todos aqueles que me amam, me permitiu seguir em frente e alcançar este feito.

Agradeço a Deus por me dar paciência e determinação para subir cada degrau, para entender que o ônibus sempre vai passar na hora errada, que a chuva vai cair de uma hora pra outra, que os atrasos são sempre justificados e principalmente por me fazer lembrar que nada é impossível para ele.

Sou grata a minha família que não desiste de mim mesmo com todas as chatices e demais defeitos, principalmente a meus pais que me fizeram ser a mulher que sou hoje e me deixaram seguir meu próprio caminho desde que me fizesse feliz. Ao meu namorado, Felipe Lima, agradeço por todo incentivo, pelas caronas, pela dedicação e carinho, seu apoio foi essencial para tudo que consegui.

Agradeço a todos os amigos que construí ao longo da vida acadêmica e aos meus professores.

Por fim sou muito grata pela amizade, confiança e simpatia da minha orientadora Fabiana Gama de Medeiros, a qual me presenteou com oportunidades únicas e acreditou no meu potencial.

*“Passamos a vida inteira no labirinto, perdidos, pensando em como um dia conseguiremos escapar e em quanto será legal. Imaginar esse futuro é o que nos impulsiona para frente, mas nunca fazemos nada. Simplesmente usamos o futuro para escapar do presente.”*

**(Quem é você, Alasca?- John Green)**

## RESUMO

Este trabalho apresenta os resultados da pesquisa realizada na cidade do Conde, no estado da Paraíba, que teve como objetivo avaliar a percepção dos residentes da cidade, sob os impactos do desenvolvimento do turismo na localidade e ainda identificar a relação da percepção dos impactos do turismo com a satisfação com lugar e qualidade de vida percebida. A pesquisa possui caráter exploratório e abordagem quantitativa, foi utilizado como instrumento de coleta de dados um questionário. A amostra caracteriza-se como sendo não probabilística por conveniência, composta por 84 respondentes, a coleta foi realizada diretamente no município durante fevereiro de 2019. Através da análise estatística descritiva, se identificou que os residentes da cidade percebem os impactos positivos e negativos do turismo em medidas próximas e quase iguais em uma média de 7,20 e 7,04 respectivamente, os residentes avaliam o turismo positivamente com uma média de 8,20 e apoiam positivamente a atividade com média de 8,45. A análise dos dados ainda nos permitiu constatar que, os residentes apresentam um grau de satisfação com o lugar elevado e percebem sua a qualidade de vida de forma positiva.

**Palavras-chave:** Turismo. Residente. Impacto. Quantitativa.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1:</b> Escala de impactos, avaliação e apoio ao turismo.....	17
<b>Quadro 2:</b> Escala de satisfação com o lugar .....	18
<b>Quadro 3:</b> Escala de qualidade de vida .....	18

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b> Impactos positivos do turismo.....	19
<b>Tabela 2:</b> Impactos negativo do turismo.....	19
<b>Tabela 3:</b> Avaliação geral do turismo .....	20
<b>Tabela 4:</b> Apoio ao turismo.....	21
<b>Tabela 5:</b> Satisfação com o lugar .....	21
<b>Tabela 6:</b> Qualidade de vida .....	22
<b>Tabela 7:</b> Comparação de medidas gerais entre residentes que tem relação e não tem relação com o turismo local.....	22
<b>Tabela 8:</b> Medidas gerais dos residentes que não tem relação com o turismo local, mas, tem familiares envolvidos com a atividade turística.....	23

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>11</b>
2.1 MARKETING DE LUGARES.....	11
2.2 FATORES INFLUENCIADORES DA PERCEPÇÃO DOS RESIDENTES ACERCA DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO.....	13
2.3 QUALIDADE DE VIDA PERCEBIDA E SATISFAÇÃO COM O LUGAR.....	14
<b>3. MÉTODO.....</b>	<b>15</b>
<b>4. ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS.....</b>	<b>18</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>23</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>24</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>26</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Contemporaneamente, o turismo é um dos produtos mais significativos do comércio mundial, sendo a produção de serviços uma das principais ferramentas de que dispõem os países para serem competitivos na esfera internacional (CORIOLANO; SAMPAIO, 2012). As mudanças vêm acontecendo de forma rápida e expressiva, às pessoas têm procurado cada vez mais atribuir valor ao seu bem-estar e as atividades que lhes permitam novas experiências fora do cotidiano em que vivem. Neste sentido, as atividades turísticas se destacam e apresentam de maneira global um crescimento notório.

O turismo, segundo a Organização Mundial do Turismo - OMT (1994), compreende as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras. O desenvolvimento do turismo em um lugar está relacionado com diversos fatores que podem ser favoráveis ou não ao seu sucesso, dentre os fatores está à percepção do residente. A percepção do residente é uma das principais fontes de informação para a elaboração de políticas públicas que visem o crescimento da atividade, bem como para a formulação de ações de marketing capazes de contribuir com o mesmo objetivo.

O desenvolvimento do turismo não ocorre isoladamente, ocorre em ambientes específicos, cada um com suas próprias características. Dentro desses ambientes específicos, o apoio dos moradores é um fator chave para desenvolver e implementar iniciativas de sucesso (GARCIA; VERDUGO; RUIZ, 2008), pois, a participação da comunidade dentro do planejamento da exploração turística é indispensável uma vez que, a percepção dos residentes pode ser positiva ou negativa para cada aspecto que será desenvolvido.

Nem sempre o desenvolvimento do turismo segue um planejamento pré-estabelecido. Em cidades litorâneas, por exemplo, a estrutura turística vai sendo construída aos poucos pelos residentes de bairros próximos às praias e com o crescimento do número de visitantes a estrutura cresce em sentido ao centro das cidades. Garcia, Verdugo e Ruiz (2008) afirmam que o desenvolvimento do turismo pode acontecer sem planejamento, e os planejadores de turismo devem ser preocupados com as percepções e atitudes dos residentes para com os empreendimentos turísticos, visando obter seu apoio. Desta forma, a percepção do residente está ligada ao equilíbrio entre os interesses da comunidade e os interesses dos planejadores da exploração do turismo local.

A realização das atividades turísticas pode causar impactos para a comunidade do lugar, sendo estes apresentados por Garcia, Verdugo e Ruiz (2008), como impactos socioculturais, impactos ambientais e os impactos econômicos. A percepção do residente ainda pode ser afetada por fatores sócios demográficos tais como gênero, idade e tempo de moradia, bem como, pelo o envolvimento direto (do residente) ou indireto (de um familiar).

Tendo em vista o exposto é possível compreender a importância de estudos relacionados à percepção dos residentes para o desenvolvimento do turismo local, os estudos anteriores de marketing de lugar se mantinham preocupados com o marketing comercial que seria a ferramenta de promoção do lugar para os *stakeholders* externos. Tendo em vista a propensão para novas explorações do tema em questão enxergou-se à oportunidade de realizar um estudo direcionado ao marketing de lugares, que tange a entender a percepção do residente sobre os impactos de turismo e a implicação desta percepção para a satisfação com o lugar e qualidade de vida percebida.

Partindo do debate sobre o desenvolvimento, apoio e impactos do turismo em um lugar o estudo se propõe a testar fazer uma análise estatística da variação da percepção dos residentes da comunidade local sobre os impactos do turismo, apoio ao desenvolvimento da atividade turística e satisfação com o lugar e qualidade de vida percebida em função do relacionamento mantido com o turismo local.

Em uma análise da discussão exposta, foram levantadas as seguintes questões de pesquisa: Como as percepções dos impactos do turismo afetam a vida dos residentes? Qual a relação entre a percepção dos impactos do desenvolvimento turístico, a satisfação com o lugar e qualidade de vida percebida? Existe diferença entre a percepção que atuam no setor turístico ou tem familiares ligados ao setor e os que não têm? Que contribuições essa pesquisa pode trazer para as ações de marketing de lugares em termos de políticas públicas? Assim, chegamos à questão central para nosso estudo: **Como está sendo percebido o desenvolvimento do turismo e qual a satisfação com lugar e qualidade de vida percebida pelo residente da cidade do Conde (PB)?**

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Sendo diversos os tópicos referentes às ações públicas, escolheu-se concentrar os estudos nas questões relacionadas com o marketing de lugares e sua influência na percepção dos residentes de uma comunidade. Com isto, apresentam-se os recortes temáticos que foram utilizados como base para fundamentação da pesquisa.

### 2.1. MARKETING DE LUGARES

A atividade turística nas cidades é caracterizada pela promoção das belezas naturais, monumentos históricos, novos empreendimentos, eventos e etc., para atrair os visitantes, consumidores em potencial, empresas e todos aqueles que podem contribuir para o desenvolvimento econômico das cidades. Esta perspectiva nos possibilita entender o lugar como um produto, que é vendido para atender os desejos dos consumidores.

Para entender melhor esta perspectiva, pode-se tomar, por exemplo, as condições existentes em áreas turísticas do litoral do país, conhecidas por sua beleza, águas claras e mornas e remetidas como sinônimo de tranquilidade e lazer. Para que estas condições existam, é necessária a venda do lugar por meio de propagandas de marketing e campanhas de incentivo ao turismo. A imagem do lugar passa a ser criada para atender as necessidades dos consumidores que desejam aproveitar suas férias.

Na observação de Vianna (2015), o lugar era utilizado para atender questões básicas de moradia, lazer, educação, trabalho, sem interesse expressivo do homem em comercializá-lo, explorando seus recursos de sedução e encantamento. Agora o lugar passa a ser visto amplamente, representando uma ideia de felicidade ou satisfação, personalizada para cada público. Nos estudos realizados por Rainisto (2003, p. 38), o autor afirma que “os locais são multisoldados como produtos para diversos grupos de consumidores e clientes e diferentes propósitos”. Seguindo esta mesma linha de pensamento Vianna (2015) ainda faz observações sobre a atuação do marketing nas ações que transformam o lugar, afirmando que:

Nesta perspectiva, entendendo a cidade como um produto, e como tal, objeto de desejo e de consumo, não se pode dissociá-la das relações de mercado e das influências do Marketing na “construção” de uma imagem idealizada, baseada em conceitos que atendam a uma demanda específica e satisfaçam as supostas necessidades do consumidor. (VIANNA,2015, p.124)

Para analisar o papel do marketing no desenvolvimento de um lugar, serão consideradas as ações do marketing de lugares que têm como foco o lugar em sua construção. O conceito de Marketing de Lugares pode ser compreendido como sendo a ampliação dos conceitos, estratégias, ferramentas, modelos, técnicas e preceitos do marketing tradicional para uma aplicação em um determinado lugar (OCKE; IKEDA, 2013; MEDEIROS, 2013). O marketing de lugares ou *marketing place*, gerencia as trocas que ocorrem em determinado lugar seja em um município ou parte dele, um estado ou um lugar específico de atração pública. Assim, as ações de marketing procuram neste sentido promover o desenvolvimento econômico e social do local por meio de suas técnicas (OCKE; IKEDA, 2013).

Ao longo dos anos, o interesse pela promoção, planejamento e desenvolvimento dos lugares tem crescido não só devido à atratividade dos locais, mas também pela mudança no comportamento das pessoas, desta forma o marketing de lugares tendo caráter multidisciplinar é estudado em várias abordagens diferentes. Ashworth e Kavaratzis (2008) contribuem com o resgate histórico do marketing de lugares onde afirmam que seu desenvolvimento foi através de fases discretas e agrupa o mesmo em três estágios sendo eles os estágios de: (1) promoção (remetido ao período de do século XVII até os anos de 1980) com objetivos que iam desde ocupação de terras até a venda de aspectos já existentes das cidades (MEDEIROS, 2013) e a necessidade de diagnosticar o construto formador da identidade regional a fim de corretamente gerenciar sua imagem (OCKE; IKEDA, 2013); (2) planejamento (remetido ao período de da década de 90) com objetivos de planejamento locais de forma a garantir sua evolução física e econômica, atração de investimentos e turistas ao mesmo tempo em que responde às prioridades dos residentes locais, mudança de imagem e regeneração de espaços urbanos (MEDEIROS, 2013; OCKE; IKEDA, 2013); (3) *branding* (remetido ao período dos anos 2000 em diante) com objetivos de atender às necessidades dos negócios e de residentes locais, apresentar uma imagem externa atraente onde as características do lugar são seu diferencial competitivo e criar e gerenciar associações emocionais e psicológicas com o lugar (MEDEIROS, 2013; OCKE; IKEDA, 2013).

Em uma revisão da literatura é possível perceber a tendência em concentrar tais estudos na promoção da atração de investimentos, turistas, desenvolvimento econômico e imagem, sendo estes utilizados para formular estratégias que venham a atingir aos stakeholders externos (visitantes, organizações, novos moradores, etc.), característica está típica do marketing comercial. Alguns autores já vêm direcionando seus estudos para abranger os stakeholders internos, com uma maior atenção aos residentes e comunidade local (ex. GURSOY; JUROWSKI; UYSAL, 2002; GARCIA; VERDUGO; RUIZ, 2008; JACKSON, 2008; YAMADA, et. al., 2011; NUNKOO; GURSOY, 2012; MEDEIROS, 2013; STYLIDIS, 2017), estes são relacionados na sua maioria a área do turismo pelo fato notório da sua relação com o marketing de lugares, tal abordagem se justifica pelo fato das contribuições, já comprovadas em outros estudos, que os residentes oferecem ao desenvolvimento do turismo de um lugar.

Um lugar passa por diversas mudanças na medida em que as atividades turísticas vão se desenvolvendo, tais mudanças afetam a vida dos residentes alterando sua interação, percepção e atitudes em relação ao lugar, o aumento no número de pessoas, formação de trânsito, acúmulo de lixo são exemplos de consequências das atividades turísticas que podem influenciar o residente a se posicionar negativamente ao desenvolvimento da atividade, assim como as ações de melhoria de infraestrutura, desenvolvimento do comércio local e investimentos em segurança podem influenciar para um posicionamento positivo do residente em relação à atividade.

Segundo Gursoy, Jurowski e Uysal (2002, p.1), “o sucesso de qualquer projeto de turismo é ameaçado na medida em que o desenvolvimento é planejado e construído sem o conhecimento e apoio da população hospedeira”, vista dessa forma o residente é apresentado como um *stakeholder* essencial no desenvolvimento do turismo local o que torna a sua posição diante do turismo do lugar uma preocupação.

## 2.2. FATORES INFLUENCIADORES DA PERCEPÇÃO DOS RESIDENTES ACERCA DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Os lugares estão em constante mudança no decorrer do tempo. O crescimento imobiliário, criação de novas estradas e implantação de espaços de lazer públicos são exemplos de ações que contribuem para a ocorrência de mudanças, sendo assim os lugares podem passar por períodos de crescimento e posteriormente por períodos estacionários de desenvolvimento. No caso da exploração turística de um lugar ainda há um período de declínio quando o lugar passa a não ser mais atrativo, por diversas razões (criminalidade, hospitalidade dos residentes, belezas naturais modificadas, etc.).

Todas as mudanças ocorridas em um lugar geram impactos para o residente. Rainisto (2013) aborda que o processo de desenvolvimento turístico de um lugar causa um aumento na circulação de pessoas o que é propício para a elevação dos preços de imóveis, serviços, orçamento de infraestrutura e serviço social aumentando os custos de manutenção da cidade. Com tais acontecimentos expostos pelo autor, observamos que o residente é diretamente afetado pelas ações de desenvolvimento, tais eventos podem contribuir para a saída de moradores da cidade ou alterar a percepção, qualidade de vida percebida e satisfação com o lugar dos mesmos.

Como já mencionado pesquisas atuais em marketing de lugares estão sendo direcionadas para o estudo da percepção dos residentes de um lugar (Ex. YAMADA, et. al., 2011; NUNKOO; GURSOY, 2012; STYLIDIS, 2017; PEREIRA; FERREIRA; FRIO, 2017). Compreender os impactos do turismo através da percepção dos residentes é parte fundamental para o desenvolvimento da atividade.

A percepção de impactos do turismo é relacionada na literatura com a Teoria das Trocas Sociais, que propõe que toda relação é formada, mantida ou rompida através de uma análise de custo-benefício vinculada à troca. “A teoria postula que os residentes (como indivíduos) provavelmente participarão de uma troca com a indústria do turismo, desde que eles ganhem ou esperem obter mais benefícios do que custos” (STYLIDIS, 2017, p. 3).

Desta forma as pesquisas já realizadas indicam que quanto maior for a percepção positiva dos impactos do turismo em uma comunidade, maior a probabilidade de apoio do residente ao desenvolvimento da atividade turística no lugar, bem como a redução da avaliação negativa, por outro lado quanto maior a percepção negativa de tais impactos menor será o apoio e a avaliação positiva da atividade turística no lugar (GURSOY; JUROWSKI; UYSAL, 2002; GURSOY; CHI; DYER, 2010).

Os impactos de ordem econômica são apontados por pesquisas anteriores como os de maior valor para os residentes de um lugar (cf. GARCIA; VERDUGO; RUIZ, 2008), posto que o crescimento e o desenvolvimento econômico são vistos como fontes de renda para os residentes, ao que promovem a geração de empregos (HALLAL; MÜLLER, 2013).

Os impactos negativos são apresentados na seguinte forma: (1) econômicos: aumento dos preços e bens e serviços (HALLAL; MÜLLER, 2013; DYER et.al., 2007); (2) socioculturais: a exploração das pessoas que vivem no local, problemas referentes à segurança como assaltos e violência, alcoolismo e prostituição (HALLAL; MÜLLER, 2013; NUNKOO; RAMKISSOON, 2010; ANDERECK et.al., 2005); (3) ambientais: o turismo está constantemente ligado à poluição, aglomeração de pessoas, formação de trânsito e ruído

(HALLAL; MÜLLER, 2013; NUNKOO; RAMKISSOON, 2010; DYER et.al., 2007; ANDERECK et.al., 2005).

Já impactos vistos como positivos são: (1) sociocultural: ganhos na qualidade de vida da comunidade local com melhorias na saúde, educação, habitação, alimentação, e diversificação da oferta de produtos no comércio, melhorias relativas à infraestrutura da cidade, aumento na interação intercultural e preservação da cultura local e o desenvolvimento dos serviços locais (HALLAL; MÜLLER, 2013; TERZIDOU; STYLIDIS; SZIVAS, 2008; GURSOY; RUTHERFORD, 2004); (2) ambiental: a realização de limpeza nas ruas e ambientes compartilhados com os turistas, incentivo à preservação e à conservação do meio ambiente, embelezamento da cidade com a manutenção de praças, parques, arborização e iluminação (HALLAL; MÜLLER, 2013).

A compreensão dos impactos do desenvolvimento turístico em um lugar envolve também, o grau de satisfação que o residente tem com o lugar e a qualidade de vida percebida por ele. Assim, é compreensível que impactos percebidos positivamente levem a um grau de satisfação com um lugar maior e a percepções de qualidade de vida elevada.

### 2.3. SATISFAÇÃO COM O LUGAR E QUALIDADE DE VIDA PERCEBIDA

Medeiros (2013) buscou entender os fatores que conduzem a um aumento da qualidade de vida percebida dos residentes através dos antecedentes que levam a essa percepção de bem-estar. Assim realizou a construção de um modelo de relações entre satisfação com o lugar, apego ao lugar e qualidade de vida percebida. Foi derivada deste trabalho uma escala de mensuração de satisfação geral com o lugar e segundo as conclusões da pesquisa “a satisfação com o lugar é antecedente do apego ao lugar e da qualidade de vida percebida por parte dos residentes, portanto o bom entendimento dessa dimensão é uma condição importante para os estudos nessa área.” (MEDEIROS, 2013, p. 90).

Desta forma a mensuração da satisfação com o lugar é interpretada como necessária para os fins objetivos deste trabalho, já que a satisfação do residente com o lugar pode influenciar em sua percepção de qualidade de vida, assim no item 3 (três), que se refere ao método será apresentada a escala desenvolvida por Medeiros (2013).

A temática qualidade de vida está ligada a fatores subjetivos e objetivos que são dependentes da relação estabelecida por cada indivíduo. Medeiros (2013) expõe que:

A qualidade de vida pode ser definida em termos de quão satisfatoriamente as necessidades humanas estão sendo atendidas, ou como o grau em que os indivíduos ou grupos avaliam a satisfação em diferentes domínios de suas vidas. (MEDEIROS, 2013, p. 26)

As pessoas atualmente estão preocupadas em alinhar seus objetivos ao seu bem-estar, desta forma, buscam agregar à sua vida aspectos que a melhore, que lhe tragam uma qualidade de vida eficiente. Para Costa (2015) a meta de “viver bem” é uma das principais atribuições para a existência individual e coletiva. Desta forma a qualidade de vida é apresentada na literatura de forma objetiva sendo entendida como “a estrutura de promoção de melhores condições de vida para a sociedade, e que está expressa nos aspectos objetivos da disponibilidade, ou não, desta estrutura” (COSTA, 2015, p.193), e de forma subjetiva “que corresponde ao julgamento das pessoas a respeito de sua satisfação com a vida” (COSTA, 2015, p.194).

Vianna e Stein (2015) consideram, em seu trabalho, que a melhoria da qualidade de vida de uma comunidade que recebe atividade turística, está inserida no que são tratados como busca por um turismo sustentável, os autores ainda afirmam que “uma destinação para ser considerada turística deve apresentar padrões mínimos de hospitalidade, a qual deve começar pela qualidade de vida dos residentes da destinação” (VIANNA; STEIN, 2015, p. 6).

Alves (2014) aborda que o conceito de qualidade de vida dos residentes de uma localidade turística pode ser compreendido através dos aspectos que se referem às condições gerais da vida, como as melhorias ocorridas ao longo do desenvolvimento do turismo local na infraestrutura e nos serviços, por exemplo, educação, saúde, habitação, transporte, saneamento básico e nos aspectos referentes ao conhecimento que seriam o lazer, à convivência, e etc.

Dado o exposto, é possível estabelecer uma análise entre os fatores influenciadores da percepção do residente acerca do desenvolvimento do turismo e a qualidade de vida percebida por eles, visto que itens como geração de emprego, melhoria de infraestrutura e serviços públicos, segurança e saneamento básico, por exemplo, podem ser percebidos pelos residentes como aspectos que lhe possibilitem uma qualidade de vida melhor.

Diener, Emmons, Larsen e Griffin (1985), definiram que o bem-estar subjetivo é composto por três aspectos, sendo eles afeto positivo, afeto negativo e satisfação com a vida. A questão do afeto é apresentada como sendo a relação de sentimentos pessoais de uma pessoa em relação a sua vida, já a satisfação com a vida é referente à como uma pessoa julga os aspectos da sua vida, ou seja, como ela percebe.

Ainda no trabalho realizado por Diener, Emmons, Larsen e Griffin (1985), os autores desenvolveram uma escala para medição da satisfação com vida, a *SWLS – Satisfaction with Life Scale*, em tradução livre, Escala de Satisfação com a Vida, que busca mensurar de forma geral a percepção que uma pessoa tem da própria vida. Dados os interesses desta pesquisa será considerado o aspecto de satisfação com a vida como forma de mensurar a qualidade de vida percebida pelos residentes, sendo assim no item 3 (três) referente ao método, será apresentada a escala formulada por eles.

### 3. MÉTODO

Para que os objetivos propostos fossem alcançados utilizamos escalas de mensuração dos construtos de impacto do turismo, avaliação geral do turismo, apoio ao desenvolvimento do turismo, satisfação com o lugar e qualidade de vida, já validadas por outras pesquisas da área. Todas as escalas foram de concordância, do tipo *Likert*, variando de 1 a 10 pontos, levando em consideração as respostas fornecidas pelos residentes da cidade estudada. Como critério para o perfil dos respondentes, adotou-se dois requisitos: ser residente do município e estar inserido na faixa etária de 15 a 60 anos.

Desta forma, definiu-se para mensuração dos construtos: impacto do turismo, avaliação geral do turismo e apoio do desenvolvimento do turismo, foi realizado a adaptação da escala desenvolvida no estudo feito por Garcia et.al. (2008) (Quadro 1), visto que a escala atende aos propósitos da pesquisa. Para medição da qualidade de vida percebida, optamos pela utilização da escala *SWLS – Satisfaction with Life Scale* (Quadro 2), proposta por Diener et al. (1985) já que é a escala de satisfação com a vida mais utilizada na literatura. Já para o construto de satisfação com o lugar foi feita a adaptação da escala de mensuração construída por Medeiros (2013) (Quadro 3) que conta com sete itens para avaliação da satisfação do residente com o lugar de residência.

A população alvo da pesquisa foram os residentes da cidade do Conde na Paraíba, a cidade foi escolhida devido ao crescimento significativo do turismo na sua costa litorânea. Em 2018, o Ministério do Turismo subiu de categoria a região, devido ao seu desempenho no ramo,

dando ao município a possibilidade de captar um maior valor de recursos e investimentos para o desenvolvimento do turismo.

Os últimos dados do IBGE (2010) apontaram que a população residente da cidade estudada é composta por 21.400 mil habitantes, sendo estes alocados nos principais bairros da cidade que são: Centro, Guruji e Jacumã. A economia é diversificada, baseada principalmente em pequenos estabelecimentos de comércio e serviços na região do Centro, venda da produção advinda da agricultura familiar na região de Guruji e estabelecimentos de serviço de bares, passeios náuticos, pousadas e restaurantes na região de Jacumã, ainda se pode destacar o crescimento imobiliário que esteve em alta em todo o município. O acesso à região se dá através de transporte público composto basicamente por ônibus de empresas privadas, e há ainda os transportes alternativos de fretamento de carros que fazem a rota que liga as regiões da Grande João Pessoa ao Conde.

A amostra se apresentou de forma não probabilística escolhida por conveniência e foi composta por 84 respondentes, que tem moradia localizada nos bairros do Centro e Guruji. O instrumento escolhido para coleta de dados foi o questionário adaptado da pesquisa realizada por Medeiros (2013) tendo como complemento a inserção das perguntas referentes aos construtos de impacto do turismo, avaliação geral do turismo e apoio ao desenvolvimento do turismo, cuja construção teve como base o trabalho realizado por Garcia et. al. (2008) e as perguntas referentes à satisfação com a vida, com base na escala desenvolvida por Diener et. al. (1985).

A aplicação do questionário foi realizada de porta em porta na população estudada, com a coleta sendo realizada no período de 11 a 25 de fevereiro de 2019.

Os dados foram analisados por estatística descritiva, utilizando tabelas com medidas de posição (média e mediana) e dispersão (desvio padrão) e para cada construto foram apresentadas as medidas por item e posteriormente as medidas gerais. Estudos anteriores utilizaram o método estatístico descritivo para avaliar as atitudes dos residentes em relação ao desenvolvimento do turismo (ex. JACKSON 2008; MEDEIROS 2013; STYLIDIS 2017), visto que o método permite, através de várias técnicas, organizar, concentrar e resumir dados de coleta permitindo a compreensão dos mesmos.

Quadro 1 - Escala de impactos, avaliação e apoio ao turismo

<b>Construto</b>	<b>Dimensão e itens da escala</b>
<b>Impacto Positivo</b>	<b>Econômicos (EC)</b>
	O aumento no número de turistas na sua comunidade tem melhorado a situação econômica da sua cidade. O turismo tem criado empregos na sua comunidade. O turismo tem atraído investimentos para a sua comunidade. O turismo tem promovido benefícios econômicos para os residentes locais. O turismo tem melhorado a qualidade de vida da comunidade.
	<b>Socioculturais (SC)</b>
	A qualidade dos serviços públicos tem melhorado como consequência do turismo. O turismo aumenta a disponibilidade de serviços e lazer. O turismo tem melhorado a qualidade dos serviços de policiamento e corpo de bombeiros.
	<b>Ambiental (AB)</b>
	O turismo tem melhorado a infraestrutura (abastecimento de água; eletricidade, etc.). O turismo tem melhorado as instalações públicas (redes rodoviárias, centros municipais, etc.).
<b>Impactos Negativos</b>	<b>Econômicos (EC)</b>
	O turismo aumenta o custo de vida. O turismo aumenta o preço de bens e serviços.
	<b>Sociocultural (SC)</b>
	O turismo aumenta o número de acidentes de trânsito. O turismo aumenta o crime/ roubo/vandalismo. O turismo aumenta o alcoolismo e prostituição. O turismo aumenta a exploração dos residentes locais.
	<b>Ambiental (AB)</b>
	O turismo prejudica ambiente e paisagem naturais. O turismo aumenta a poluição ambiental (lixo, água, ar e barulho). O turismo tem causado a superlotação das praias, trajetos, parques e outros locais de lazer na sua comunidade.
<b>Avaliação Geral do Turismo</b>	Os impactos totais que o desenvolvimento turístico causou na minha comunidade são positivos. Eu considero que os benefícios do turismo são maiores que os custos para a minha comunidade.
<b>Apoio ao desenvolvimento turístico</b>	O turismo pode ser uma das indústrias mais importantes para uma comunidade. A indústria turística continuará a desempenhar um importante papel econômico na sua cidade. Estou feliz e orgulhoso que há turistas vindo para ver o que a minha comunidade tem para oferecer.

FONTE: Adaptado de Garcia, Verdugo e Ruiz (2008)

Quadro 2 - Escala de satisfação com o lugar

<b>Construto</b>	<b>Dimensão e itens da escala</b>
<b>Satisfação com o Lugar</b>	<p>Eu realmente gosto de morar na cidade onde vivo.</p> <p>As minhas condições de vida são excelentes.</p> <p>Eu sou muito apegado à cidade onde moro.</p> <p>Nenhum lugar se compara à cidade onde habito.</p> <p>Viver na cidade onde moro representa uma grande parte do que sou.</p> <p>A cidade onde habito é o melhor lugar para fazer o que gosto.</p> <p>Eu acredito que a cidade onde vivo me fornece bons serviços.</p>

FONTE: Medeiros (2013)

Quadro 3 - Escala de qualidade de vida

<b>Construto</b>	<b>Dimensão e itens da escala</b>
<b>Qualidade de Vida</b>	<p>Em geral minha vida está próxima do ideal</p> <p>As minhas condições de vida são excelentes</p> <p>Eu estou satisfeito com minha vida</p> <p>Até o momento eu já alcancei as coisas que eu acho importante na vida</p> <p>Se eu pudesse viver minha vida novamente, eu não mudaria quase nada</p>

FONTE: Diener et al. (1985)

#### 4. ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS

A amostra caracteriza-se por ser formada em sua maior parte pelo gênero feminino (50%), seguido pelo gênero masculino (42,85%) e tendo uma pequena representatividade de outros gêneros (7,14%), tendo estes uma média de 28 anos de residência na cidade do Conde, com distribuição de faixa etária entre 21 a 31 anos (34,52%), seguido de 31 a 41 anos (33,33%). Ao que se refere à escolaridade, a maioria dos respondentes se divide entre os que têm ensino fundamental completo ou incompleto (32,14%) e os que têm ensino médio completo ou incompleto (42,86%). Sobre a renda familiar mensal 44,05% declararam ter uma renda mensal acima de R\$ 1.000,00 até R\$ 3.000,00, seguidos por aqueles que declararam ter uma renda mensal de até R\$1.000,00 (33,33%), a respeito da ocupação 59,52% declararam estar trabalhando o dia inteiro e 28,57% declaram trabalhar em meio turno.

Quanto ao envolvimento dos respondentes com as atividades do turismo na cidade 79,76% declararam não ter envolvimento pessoal no setor, enquanto os demais declaram ter ou ter tido envolvimento (20,24%), entre os respondentes 44,05 % tem atualmente familiares envolvidos com o setor turístico da cidade e outros 55,95% declararam não ter nenhum membro familiar ligado ao setor atualmente.

Para avaliar a percepção dos residentes da cidade do Conde (PB) sob os impactos do turismo, avaliação geral do turismo e apoio a atividade foi utilizada uma escala de resposta psicométrica de dez pontos em que o respondente expressava o seu grau de concordância em relação às afirmações apresentadas de forma que quanto mais próximo de “um” o respondente discordava totalmente da afirmação e quanto mais próxima de “dez” o respondente concordava totalmente com a afirmação.

As medidas descritivas utilizadas foram à média, a mediana e o desvio padrão. A Tabela 1 apresenta as medidas do construto impacto do turismo com relação aos impactos positivos.

TABELA 1 - Impactos positivos do turismo

Aspecto	Variáveis	Média	Mediana	Desvio
Ambiental	Eu acho que o turismo melhora a infraestrutura (abastecimento de água; eletricidade, etc.) de minha cidade	6.85	8.00	2.33
Ambiental	Acho que o turismo têm melhorado as instalações públicas (redes rodoviárias, centros municipais, etc.)	5.21	5.00	2.45
Econômico	Acredito que a situação econômica da minha cidade melhora quando aumenta o número de turistas e visitantes	8.54	9.00	1.70
Econômico	Para mim, o turismo tem melhorado a qualidade de vida da minha cidade	7.75	9.00	2.37
Econômico	Eu acredito que o turismo gera bons empregos na minha cidade	7.31	8.00	2.05
Econômico	O turismo tem promovido benefícios econômicos para os residentes locais da minha cidade	7.80	8.00	1.64
Econômico	Eu considero que o turismo tem atraído bons investimentos para a minha cidade	7.89	8.00	1.45
Sociocultural	A qualidade dos serviços públicos tem melhorado como consequência do turismo	6.48	7.00	1.97
Sociocultural	Eu considero que o turismo encoraja a criação de melhores áreas de lazer para residentes locais	7.24	8.00	2.25
Sociocultural	Acredito que o turismo tem melhorado a qualidade dos serviços de policiamento e segurança na minha cidade	6.89	7.00	2.21
MEDIDAS GERAIS		7.20	7.30	1.12

FONTE: Dados da Pesquisa (2019)

A partir dos resultados obtidos no construto de impacto do turismo temos em medida geral uma média de 7,20 e mediana de 7,30 para a percepção dos residentes a cerca dos impactos positivos do turismo na região e uma média de 7,04 e mediana de 7,22 em relação aos impactos negativos. Destaca-se nos impactos positivos a variável “Acredito que a situação econômica da minha cidade melhora quando aumenta o número de turistas e visitantes” que obteve a maior média (8,54) e mediana (9,00), e a variável “Para mim, o turismo tem melhorado a qualidade de vida da minha cidade” que obteve média de 7,75 e mediana 9,0, estas variáveis estão ligadas ao fator econômico segundo a escala de Garcia et.al. (2008), assim se pode observar que os fatores econômicos são percebidos pelos residentes da pesquisa como principais contribuições do desenvolvimento no turismo na cidade.

A Tabela 2 apresenta as medidas relativas aos impactos negativos de acordo com a percepção dos residentes.

TABELA 2 - Impactos negativos do turismo

Aspecto	Variáveis	Média	Mediana	Desvio
<b>Ambiental</b>	Para mim, as atividades turísticas têm causado excesso de pessoas em locais de lazer na minha cidade	7.61	9.00	2.68
<b>Ambiental</b>	Para mim, o turismo prejudica o meio ambiente e as paisagem naturais	6.08	6.00	2.69
<b>Ambiental</b>	Acredito que o turismo aumenta a poluição ambiental (lixo, água, ar e barulho)	7.35	8.00	2.32
<b>Econômico</b>	Eu acho que o custo de vida na minha cidade aumenta por causa do turismo	7.87	9.00	2.67
<b>Econômico</b>	Em geral, o turismo aumenta o preço de bens e serviços	8.76	10.00	1.84
<b>Sociocultural</b>	Em geral, as atividades do turismo aumentam o risco de acidentes	6.58	7.00	2.26
<b>Sociocultural</b>	Acredito que o turismo explora o trabalho dos residentes locais	5.83	5.50	2.82
<b>Sociocultural</b>	O turismo traz o aumento de crime/ roubo/vandalismo	6.98	8.00	2.52
<b>Sociocultural</b>	Eu acho que o turismo aumenta o alcoolismo e prostituição na minha cidade	6.29	5.50	2.39
MEDIDAS GERAIS		7.04	7.22	1.45

FONTE: Dados da Pesquisa (2019)

Nos impactos negativos destaca-se a variável “Em geral, o turismo aumenta o preço de bens e serviços” que obteve a maior média (8,76) e mediana (10,00) seguida pela variável “Eu acho que o custo de vida na minha cidade aumenta por causa do turismo” com a segunda maior média (7,87) e mediana (9,00) e a variável “Para mim, as atividades turísticas têm causado excesso de pessoas em locais de lazer na minha cidade” com média de 7,61 e mediana 9,0. As duas primeiras variáveis que se destacaram estão ligadas ao fator econômico, desta forma podemos perceber que os residentes da cidade do Conde (PB) têm um grau de percepção maior ao que se refere aos fatores econômicos, a outra variável em destaque está relacionada com o fator ambiental, é possível entender que o desenvolvimento do turismo levou a uma maior procura das áreas de lazer do município fazendo com que o residente local não tenha mais a habitual tranquilidade para desfrutar destas, visto que agora se encontram cheias de turistas e visitantes.

Em termos de desvio padrão foi obtido uma medida geral baixa para os impactos positivos (1,12) e negativos (1,45), destacando-se a variável positiva “Acho que o turismo tem melhorado as instalações públicas (redes rodoviárias, centros municipais, etc.)” que obteve o maior desvio (2,45), e a variável negativa “Acredito que o turismo explora o trabalho dos residentes locais” com desvio de 2,82.

A Tabela 3 apresenta os resultados das medidas descritivas do construto avaliação geral do turismo. Neste construto observa-se uma medida geral elevada com média de 8,20 e mediana de 8,50, destacando-se a variável “Acredito que os impactos totais que o desenvolvimento turístico causa na minha cidade são positivos” que obteve maior média (8,43) e mediana (9,00), desta forma os resultados apontam para uma percepção positiva dos residentes em relação ao desenvolvimento do turismo na localidade. Ao que se refere a desvio padrão foi obtida uma medida geral baixa (1,22), com desvios das variáveis, próximos um do outro (1,46 e 1,41).

TABELA 3 - Avaliação geral do turismo

Variáveis	Média	Mediana	Desvio
Eu considero que os benefícios do turismo são maiores que as perdas para a minha cidade	7.98	8.00	1.46
Acredito que os impactos totais que o desenvolvimento turístico causa na <u>minha cidade são positivos</u>	8.43	9.00	1.41
<b>MEDIDAS GERAIS</b>	8.20	8.50	1.22

FONTE: Dados da Pesquisa (2019)

Na sequência a Tabela 4 dispõe os resultados referentes ao construto de apoio ao turismo, observa-se em medidas gerais um média elevada de 8,42 e mediana de 8,33 e um desvio padrão baixo de 0,94. Dentro dos resultados foram obtidas médias e medianas muito próximas e elevadas para todas as variáveis, desta forma fica claro o apoio dos residentes da cidade do Conde (PB) ao desenvolvimento do turismo e ainda levando em consideração o destaque da variável “Acredito que o turismo é uma das atividades mais importantes para minha cidade” com a maior média (8,56) e mediana (9,00), é comprovado o fato que os residentes respondentes da pesquisa consideram o turismo importante para a cidade. Em relação ao desvio padrão o construto apresentou em medidas gerais um desvio baixo de 0,94, com os desvios das variáveis variando de 1,37 a 1,57.

TABELA 4 - Apoio ao turismo

Variáveis	Média	Mediana	Desvio
Acredito que o turismo é uma das atividades mais importantes para minha cidade	8.56	9.00	1.37
Sinto-me feliz e orgulhoso pelo fato de haver turistas e visitantes vindo ver o que a minha cidade tem para oferecer	8.15	9.00	1.41
A indústria turística desempenha um importante papel econômico na minha cidade	8.55	9.00	1.57
<b>MEDIDAS GERAIS</b>	8.42	8.33	0.94

FONTE: Dados da Pesquisa (2019)

Na Tabela 5 são apresentados os resultados referentes ao construto de satisfação com o lugar que obteve em medidas gerais uma média de 7,33 e mediana 8,00, com destaque para a variável “Eu realmente gosto de morar na cidade onde vivo” com a maior média (8,95) e mediana (10,00), seguida pela variável “Eu sou muito apegado à cidade onde moro” com média de 8,19 e mediana 9,00. As variáveis demonstram uma percepção positiva dos residentes em relação à satisfação de viverem na localidade também podendo ser considerado ao fato que os respondentes demonstram apego ao lugar, ou seja, se sentem confortáveis onde residem. Apesar dos resultados positivos em relação à satisfação ainda é possível dar destaque a variável “Eu acredito que a cidade onde vivo me fornece bons serviços” que obteve uma media baixa (5,46) e mediana (6,00), que demonstra que mesmo gostando e ser apegado ao lugar o residente percebe que os serviços oferecidos na cidade não atendem as suas expectativas fazendo-os não concordar totalmente com a afirmação apresentada no questionário.

TABELA 5 - Satisfação com o lugar

Variáveis	Média	Mediana	Desvio
Eu realmente gosto de morar na cidade onde vivo	8.95	10.00	1.76
As minhas condições de vida são excelentes	7.15	8.00	2.15
Eu sou muito apegado à cidade onde moro	8.19	9.00	2.05
Nenhum lugar se compara à cidade onde habito	6.14	6.00	2.75
Viver na cidade onde moro representa uma grande parte do que sou	7.70	8.00	2.05
A cidade onde habito é o melhor lugar para fazer o que gosto	7.68	8.00	2.33
Eu acredito que a cidade onde vivo me fornece bons serviços	5.46	6.00	2.37
<b>MEDIDAS GERAIS</b>	7.33	8.00	1.61

FONTE: Dados da Pesquisa (2019)

A Tabela 6 apresenta as medidas obtidas na amostragem do construto qualidade de vida que apresentou em medidas gerais uma média de 7,61 e mediana de 7,75, com destaque para a variável “Eu estou satisfeito com minha vida” que tem a maior média (8,57) e mediana (9,00), o desvio padrão geral do construto é considerado baixo (1,49) com destaque para a variável “Se eu pudesse viver minha vida novamente, eu não mudaria quase nada” que obteve o maior desvio (2,18). Os resultados obtidos revelam que os residentes avaliam de maneira positiva a sua qualidade de vida, tal constatação pode ser analisada junto aos resultados das variáveis verificadas na Tabela 1 e 2, que tratam dos impactos do turismo, sendo elas relacionadas a melhorias na infraestrutura e instalações da cidade, geração de emprego, qualidade de serviços

de segurança e áreas de lazer, que segundo Alves (2014) podem interferir na percepção da qualidade de vida, e observando que as medidas gerais destas variáveis são elevadas se sugere que os impactos causados pelo turismo contribuem para melhoria da qualidade de vida percebida.

TABELA 6 - Qualidade de vida

Variáveis	Média	Mediana	Desvio
As minhas condições de vida são excelentes	7.86	8.00	1.84
Eu estou satisfeito com minha vida	8.57	9.00	1.57
Até o momento, eu já alcancei as coisas que eu acho importante na vida	6.64	7.00	2.14
Se eu pudesse viver minha vida novamente, eu não mudaria quase nada	7.37	8.00	2.18
<b>MEDIDAS GERAIS</b>	7.61	7.75	1.49

FONTE: Dados da Pesquisa (2019)

Ainda, como análise complementar a Tabela 7 apresenta a comparação entre as medidas gerais da percepção dos residentes que tem envolvimento pessoal com a atividade turística na cidade e os que não têm relação pessoal com a mesma. Como se podem observar na tabela as medidas dos construtos são muito próximas entre os dois grupos de residentes, com destaque para o construto “Apoio ao turismo” que apresenta média (9,14) e mediana (9,00) superior, para os residentes que tem relação com a atividade turística, em relação à média (8,24) e mediana (8,33) dos residentes que não mantem relação com a atividade. Outro destaque é o construto “Qualidade de vida” que apresentam, para os residentes que tem relação com a atividade turística, média (8,32) e mediana (8,25) superior à média (7,43) e mediana (7,75) dos residentes que não mantem relação com a atividade.

TABELA 7 - Comparação de medidas gerais entre residentes que tem relação e não tem relação com o turismo local.

Construtos	Residentes que tem relação			Residentes que não tem relação		
	Média	Mediana	Desvio	Média	Mediana	Desvio
Impactos Positivos do Turismo	7.51	7.60	0.71	7.12	7.00	1.20
Impactos Negativos do Turismo	7.69	7.78	0.56	6.87	7.00	1.56
Avaliação Geral do Turismo	8.62	9.00	0.93	8.10	8.00	1.27
Apoio ao Turismo	9.14	9.00	0.50	8.24	8.33	0.94
Satisfação com o Lugar	7.68	8.00	0.89	7.24	8.00	1.74
Qualidade de Vida	8.32	8.25	1.00	7.43	7.75	1.54

FONTE: Dados da Pesquisa (2019)

Na Tabela 8 são apresentadas as medidas referentes aos residentes que não mantem relação pessoal com a atividade turística local, porém, tem familiares que mantem envolvimento com a atividade, assim se obteve medidas que se assemelham com a percepção entre os grupos apresentada anteriormente, supostamente a percepção do residente que mantem um familiar na atividade turística é influenciada pelos benefícios percebidos por ele em relação ao que acontece com seu familiar no meio.

Tal constatação pode ser justificada pelo fato que os residentes envolvidos com a atividade turística local em sua maioria estabelecem uma relação econômica proveniente da atividade, através do trabalho desempenhado no meio turístico, logo percebem uma qualidade de vida melhor já que fazem a ligação com a renda advinda da sua atividade.

TABELA 8 - Medidas gerais dos residentes que não tem relação com o turismo local, mas, tem familiares envolvidos com a atividade turística.

<b>Construtos</b>	<b>Média</b>	<b>Mediana</b>	<b>Desvio</b>
Impactos Positivos do Turismo	7.02	7.00	0.88
Impactos Negativos do Turismo	6.86	7.22	1.27
Avaliação Geral do Turismo	7.96	8.00	1.19
Apoio ao Turismo	8.51	8.67	0.78
Satisfação com o Lugar	7.85	8.00	0.86
Qualidade de Vida	7.97	8.25	1.08

FONTE: Dados da Pesquisa (2019)

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa alcançou resultados que demonstram que os residentes da cidade do Conde – PB, que fizeram parte da amostragem, possuem uma percepção positiva do turismo visto que os resultados apresentados para os construtos de avaliação e apoio ao mesmo obtiveram medidas elevadas, que traduzem a concordância com as afirmações do questionário. As variáveis de mensuração que obtiveram um maior destaque são as relacionadas com fator econômico, desta forma é possível considerar que os residentes percebem os impactos do turismo primeiramente de acordo com as influências (positiva ou negativa), que estes exercem, sob a economia do município e sobre a sua própria.

Nas variáveis apresentadas na Tabela 1 e 2, observam-se médias e medianas baixas, na tabela de impactos positivos, ao que trata de melhorias nas instalações públicas, qualidade do serviço público e qualidade do serviço de policiamento e segurança e médias e medianas altas nas variáveis que tratam de aumento do custo de vida, aumento da poluição ambiental e excesso de pessoas nos locais de lazer, tais medidas podem ser usadas pela gestão pública para formular uma atuação corretiva dos índices.

O objetivo principal da pesquisa foi atingido conforme foram verificadas as medidas mencionadas anteriormente. Um ponto relevante da pesquisa é o fato dos residentes apresentarem percepção positiva a cerca dos impactos do turismo, porém não deixam de notar os aspectos negativos do seu desenvolvimento.

Os resultados desta pesquisa têm implicações práticas para os gestores do município visto que foram levantados dados que podem auxiliar na formulação de melhores propostas de atuação de marketing do turismo local. Tais propostas podem ser desenvolvidas para abranger ou manter índices maiores de percepção dos impactos de turismo, apoio e avaliação da atividade e atingir níveis de satisfação com o lugar e qualidade de vida. Tal ação ainda possibilitaria uma visão de lugar atrativo por parte dos turistas, investidores, novos residentes, etc..

Como limitações encontradas na realização da pesquisa se pode destacar o nível de escolaridade dos entrevistados, o que dificultou o preenchimento dos questionários, a impossibilidade de abranger uma maior área da localidade e um surto de febre amarela e malária que se instaurou no município de pesquisa prejudicando o deslocamento dentro da cidade e oferecendo risco a saúde dos pesquisadores.

O presente trabalho tem a pretensão de deixar um ponto de partida para as investigações futuras e tem por interesse encorajar novas pesquisas no município do Conde (PB), visto que o mesmo ao longo dos anos se destaca como ponto turístico do estado. Enxergou-se como possibilidade de estudos futuros uma pesquisa a realização de uma pesquisa com um maior número de residentes, visto que, está foi desenvolvida em apenas dois bairros da cidade.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, M. Turismo e Desenvolvimento Local: a qualidade de vida sob a ótica da população do Arraial de Conceição do Ibitipoca- MG. *Revista Turismo Em Análise*, v. 25, n. 3, p.628-648. 2014.
- ANDERECK, K. L.; Valentine, K. M.; KNOPF, R. C.; VOGT, C. A. Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, v. 32, n. 4, p. 1056–1076. 2005.
- CONDE e mais oito cidades paraibanas sobem de categoria no Mapa do Turismo Brasileiro. *PB HOJE*, 2018. Disponível em: < <https://www.pbhoje.com.br/noticias/40750/conde-e-mais-oito-cidades-paraibanas-sobem-de-categoria-no-mapa-do-turismo-brasileiro.html>>. Acesso em: 15 de set. de 2019.
- CORIOLOANO, LN.; SAMPAIO, CAC. Discursos e concepções teóricas do desenvolvimento e perspectivas do turismo como indução. In BRASILEIRO, MDS, MEDINA, JCC, orgs. *Turismo, cultura e desenvolvimento*, p.. 49-73. Campina Grande: EDUEPB. 2012.
- COSTA, Francisco José da Costa. *Marketing & Sociedade*. Paraíba: Editora da UFPB. 2015.
- DIENER, E.; EMMONS, R. A.; LARSEN, R. J.; GRIFFIN, S. The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, v. 49, n. 1, 1985.
- DYER, P.; GURSOY, D.; SHARMA, B.; CARTER, J. Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, v. 28, n. 2, p.409–422. 2007.
- GARCIA, M. Angeles Oviedo; VERDUGO, Mario Castellanos; RUIZ, David Martin. Gaining Residents' Support for Tourism and Planning. *Int. J. Tourism Res*, v. 10, 95–109, 2008.
- GURSOY, D.; CHI, C. G.; DYER, P. Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381–394. 2010.
- GURSOY, Dogan ;JUROWSKI, Claudia; UYSAL, Muzaffer. Resident attitudes : A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, v. 29(1), p.79-105. 2002.
- GURSOY, D.; RUTHERFORD, D. Host attitudes toward tourism: An improved structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495–516. 2004.
- HALLAL. Dalila Rosa; MÜLLER, Dalila. Impactos do turismo na cidade de pelotas/rs, segundo a comunidade local. *Revista Eletrônica de Administração e Turismo - ReAT* v. 3, n. 2, p. 269-279. 2013.
- JACKSON, Leonard A. Residents' perceptions of the impacts of special event tourism. *Journal of Place Management and Development*, v. 1, Iss 3, p. 240 – 255. 2008.
- KAVARATZIS, M.; ASWORTH, G. Place marketing: how did we get here and where are we going? *Journal of Place Management and Development*, v. 1, n. 2, p. 150-165, 2008.
- PEREIRA, M. L.; FERREIRA, L. P.; FRIO, R. S. Avaliação da imagem turística de Santa Vitória do Palmar (RS), Brasil, na perspectiva dos residentes. *Applied Tourism*, 2(1), 52-67. 2017.
- NUNKOO, Robin; GURSOY, Dogan. Residents' support for tourism: An Identity Perspective. *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 1, pp. 243–268, 2012.
- MEDEIROS, G. Fabiana. Satisfação e apego das pessoas ao lugar de residência: implicações para qualidade de vida em uma visão de marketing de lugares. 2013. (Dissertação Mestrado em Administração) – Universidade Federal da Paraíba, Paraíba, 2013.

- OCKE, Marco Antonio de Moraes ; IKEDA, Ana Akemi. Marketing de lugar: estado da arte e perspectivas futuras. *Revista de Administração*, October-December, v.49, n. 4, p. 671-683. 2014.
- RAINISTO, Seppo K. et al. Success factors of place marketing: A study of place marketing practices in Northern Europe and the United States. Helsinki University of Technology, 2003.
- STYLIDIS, Dimitrios. Place Attachment, Perception of Place and Residents' Support for Tourism Development. *Tourism Planning & Development*, v. 15, n. 2, p. 188-210. 2017.
- TERZIDOU, M.; STYLIDIS, D.; SZIVAS, E. M.. Residents' Perceptions of Religious Tourism and its Socio-Economic Impacts on the Island of Tinos. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, v.5, n. 2, p. 113–129. 2008.
- VIANNA, Andrea de Albuquerque. Nem tudo que reluz é ouro: turismo e conflitos urbanos. *Revista de Turismo Contemporâneo – RTC*, Natal, v. 3, n. 1, p. 121-137, jan./jun. 2015.
- VIANNA, S. L. G.; STEIN, G. V. Competitividade e a qualidade de vida dos residentes: percepções iniciais da destinação turística Jericoacoara, CE. *Revista Rosa dos Ventos*, v. 7, n.4, p. 474-488, 2015.
- WORD TOURISM ORGANIZATION. Concepts, Definitions, and Classifications for Tourism Statistics. Technical Manual- 1995. Disponível em: < <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284401888>>. Acesso em: 11 mar 2019.
- XAVIER, H. A percepção geográfica do turismo. São Paulo: Aleph. 2007.
- YAMADA, Naoko; HEO, Jinmoo; KING, Carina; FU, Yao-Yi. Urban Residents' Life Satisfaction and Cultural Tourism Development: The Role of Health Perception, Wealth, Safety, Community Contentment, and Cultural Tourism Development. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, v. 12, n. 3, p. 220-235. 2011.

## APÊNDICE– QUESTIONÁRIO DIRECIONADO AOS RESIDENTES

### QUESTIONÁRIO

1. Onde você mora? [  ] Município do Conde [  ] Outros Municípios

2. Qual o seu grau de escolaridade?

a) [  ] Ensino Fundamental Incompleto/Completo

b) [  ] Ensino Médio

c) [  ] Ensino Superior Incompleto/Completo

d) [  ] Pós-graduação

3. Com base na sua avaliação sobre o turismo na cidade onde você reside, avalie as afirmações abaixo indicando seu grau de concordância ou discordância com cada afirmação. Na escala, **1 representa que você discorda totalmente e 10 representa que você concorda totalmente**, os outros valores representam níveis intermediários.

AFIRMAÇÃO	GRAU DE CONCORDÂNCIA									
Acredito que a situação econômica da minha cidade melhora quando aumenta o número de turistas e visitantes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eu considero que os benefícios do turismo são maiores que as perdas para a minha cidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Em geral, as atividades do turismo aumentam o risco de acidentes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eu acho que o turismo melhora a infraestrutura (abastecimento de água; eletricidade, etc.) de minha cidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Para mim, as atividades turísticas têm causado excesso de pessoas em locais de lazer na minha cidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Acredito que os impactos totais que o desenvolvimento turístico causa na minha cidade são positivos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Acredito que o turismo explora o trabalho dos residentes locais	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Para mim, o turismo tem melhorado a qualidade de vida da minha cidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Qual a sua renda familiar mensal?

a) [  ] Até R\$ 1000,00

b) [  ] Acima de R\$ 1000,00 até R\$ 3000,00

c) [  ] Acima de R\$ 3000,00 até R\$ 5000,00

d) [  ] Acima de R\$ 5000,00

5. As colocações abaixo se referem a sua avaliação acerca da das atividades turísticas realizadas onde você mora. Pedimos que você faça uma análise, indicando o quanto discorda ou concorda com as frases abaixo, seguindo a mesma escala da questão 3.

AFIRMAÇÃO	GRAU DE CONCORDÂNCIA									
Eu acredito que o turismo gera bons empregos na minha cidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A qualidade dos serviços públicos tem melhorado como consequência do turismo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
O turismo traz o aumento de crime/ roubo/vandalismo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eu acho que o custo de vida na minha cidade aumenta por causa do turismo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10



Em geral, o turismo aumenta o preço de bens e serviços	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A indústria turística desempenha um importante papel econômico na minha cidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Acredito que o turismo aumenta a poluição ambiental (lixo, água, ar e barulho)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eu considero que o turismo tem atraído bons investimentos para a minha cidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Acho que o turismo têm melhorado as instalações públicas (redes rodoviárias, centros municipais, etc.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

13. Qual é o seu gênero?

a)  Masculino

b)  Feminino

c)  Outros

14. A seguir, temos um conjunto de afirmações acerca das suas percepções sobre a cidade onde você vive. Baseado em suas experiências pessoais, solicitamos que você indique o nível de concordância ou discordância, sendo 1 – discordo totalmente e 10 – concordo totalmente.

AFIRMAÇÃO	GRAU DE CONCORDÂNCIA									
Eu realmente gosto de morar na cidade onde vivo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
As minhas condições de vida são excelentes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eu sou muito apegado à cidade onde moro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhum lugar se compara à cidade onde habito	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Viver na cidade onde moro representa uma grande parte do que sou	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A cidade onde habito é o melhor lugar para fazer o que gosto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eu acredito que a cidade onde vivo me fornece bons serviços	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**AGRADECEMOS SUA COLABORAÇÃO!**