Anais do II Congresso de Ciência e Tecnologia da PUC Goiás
Disponível em: http://pucgoias.edu.br/ucg/prope/pesquisa/anais/2016
ISSN: 2177-3327

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM TURISMO: LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE DADOS SECUNDÁRIOS REFERENTES AO MUNICÍPIO DE CALDAS NOVAS (GO) COMO DESTINO TURÍSTICO

MARCELA CURADO FERNANDES, LAURO EUGÊNIO GUIMARÃES NALINI
marcela-c-f@hotmail.com

Objetivo: Localizar, colher, organizar e analisar dados secundários do município de Caldas Novas (GO) e tomar os resultados das análises como subsídios ao aperfeiçoamento de instrumentos de mensuração da magnitude dos reforços utilitário e informativo de destinos turísticos. **Método:** Dois procedimentos de coleta de dados: PRC1 – documentos, relatórios, planilhas, textos promocionais, textos de divulgação, textos avaliativos, etc., com conteúdo referente às dimensões turísticas do município de Caldas Novas (GO) e das ações de consumo turístico expressas nas interações de consumidores com tais dimensões foram analisados, tendo sido deles extraídos valores porcentuais de respostas às dimensões. PRC2 – ferramentas computacionais foram usadas na extração, análise e avaliação de comentários sobre aspectos turísticos de Caldas Novas (GO), comentários estes extraídos de webpages do site TripAdvisor® e sobre os quais tratamento foi feito com base em algoritmo computacional de análise de sentimentos. **Resultados:** A totalidade dos dados obtidos com o PRC1 foi de natureza qualitativa, com porcentagem média de relatos positivos igual a 53,9%. Com o PCR2, obteve-se 20.508 relatos sobre as dimensões “Atrativos de Lugar”, “Condições de Hospedagem” e “Condições de Alimentação”, sendo 18.911 relevantes (92,2%; 16.174 [85,5%] positivos e 2.737 [14,5%] negativos). Considerado o total de relatos positivos para todos os aspectos, a diferença porcentual em relação aos negativos foi de 71,0%. **Conclusão:** As quantidades observadas de avaliações positivas permitem inferir que, nas comparações dos dados das localidades do MIDTUR, a magnitude de reforço utilitário de Caldas Novas (GO) será elevada. As análises completas permitirão o aperfeiçoamento de instrumentos avaliativos do destino nas propriedades reforçadoras utilitárias e informativas atribuíveis à localidade. Os instrumentos aperfeiçoados permitirão, no plano gerencial, a especificação de estratégias mercadológicas para Caldas Novas (GO).

Palavras-chave: Determinação quantitativa. Níveis reforçadores utilitário e informativo. Comportamento do consumidor em turismo.