



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE HOTELARIA E TURISMO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HOTELARIA E TURISMO

KEVIN FERREIRA CORCINO

**PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DE SERVIÇOS PÚBLICOS NA INTENÇÃO DE
RECOMENDAÇÃO DE UM DESTINO TURÍSTICO**

Recife

2023

KEVIN FERREIRA CORCINO

**PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DE SERVIÇOS PÚBLICOS NA INTENÇÃO
DE RECOMENDAÇÃO DE UM DESTINO TURÍSTICO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito final para a obtenção do título de Mestre em Hotelaria e Turismo.

Área de concentração: Hotelaria e Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Sergio Rodrigues Leal.

Coorientador: Prof. Dr. Julio Cesar Ferro de Guimarães.

Recife

2023

Catálogo na Fonte
Bibliotecária Ângela de Fátima Correia Simões, CRB4-773

C793p

Corcino, Kevin Ferreira

Percepção de qualidade de serviços públicos na intenção de recomendação de um destino turístico / Kevin Ferreira Corcino. – 2023.

100 folhas: il. 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Rodrigues Leal e Coorientador Prof. Dr. Júlio Cesar Ferro de Guimarães.

Dissertação (Mestrado em Hotelaria e Turismo) – Universidade Federal de Pernambuco, CCSA, 2023.

Inclui referências e apêndices.

1. Serviço público. 2. Turismo. 3. Políticas públicas. I. Leal, Sérgio Rodrigues (Orientador). II. Guimarães, Júlio Cesar Ferro de (Coorientador). III. Título.

338.4791 CDD (22. ed.)

UFPE (CSA 2023 – 108)

KEVIN FERREIRA CORCINO

**PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DE SERVIÇOS PÚBLICOS NA INTENÇÃO
DE RECOMENDAÇÃO DE UM DESTINO TURÍSTICO**

Dissertação apresentada ao programa de pós-graduação em hotelaria e turismo da Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito para a obtenção do título de Mestre em hotelaria e turismo.

Área de concentração: hotelaria e turismo.

Aprovada em: 31/08/2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Sergio Rodrigues Leal (orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Julio Cesar Ferro de Guimarães (coorientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Anderson Gomes de Souza (examinador interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Eric Charles Henri Dorion (examinador externo)
Universidade Federal de Santa Maria

AGRADECIMENTOS

O caminho que traçamos não pode ser completo sem a participação e auxílio de outros andarilhos. Nesta trajetória, agradeço em primeiro lugar a Deus pela oportunidade e saúde para dedicar-me a algo que tanto amo, pesquisa científica. Um segundo mestrado iniciado em meio a pandemia levantou muitos porquês e a resposta sempre foi a mesma, mais do que nunca o conhecimento e a ciência devem ser incentivados, um mestrado ou doutorado não são programas de universidades com único objetivo de atribuir títulos. Programas de mestrado e doutorado são oportunidades de desenvolvimento de habilidades e pesquisas para o desenvolvimento da ciência. Tais programas possuem um ambiente acadêmico onde professores e alunos constroem conhecimento e lhe ajudam a desenvolver cada vez mais um perfil de pesquisador. A ciência sempre será o foco, portanto, pretendo enquanto Deus permitir continuar desenvolvendo pesquisas e absorvendo conhecimentos em universidades. Destarte, gostaria de agradecer a todos que fazem parte do Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo, na pessoa do meu orientador Prof. Sérgio Leal, agradeço por sua gentileza e paciência no desenvolvimento deste trabalho. Ao Prof. Júlio Cesar Ferro de Guimarães, meus agradecimentos por sua disposição na construção deste trabalho, sempre gentil e prestativo. Agradeço também a banca formada pelos professores Anderson Gomes de Souza e Eric Charles Henri Dorion pela paciência e contribuições no desenvolvimento deste trabalho. Por último, porém não menos importante, a minha filha Olivia Corcino e minha esposa Andrea Corcino por sempre me apoiarem em meio a tribulações e escassez de tempo.

RESUMO

O mercado de turismo apresenta uma escala de evolução em que os destinos estão cada vez mais competitivos. Esta competição promove a busca por melhorias de serviços públicos que possuem um alto fator de impacto na experiência vivenciada de um visitante em uma localidade. Tais serviços possuem uma amplitude diversificada de formas, objetivos e público-alvo e em seu bojo estão os serviços públicos que possuem como principais usuários, a população de uma localidade. Porém como usuários, ainda que temporários, os turistas são impactados pela forma e qualidade de diversos serviços públicos que possuem uma influência no retorno deste visitante e na recomendação para outras pessoas. Este trabalho teve o objetivo investigar a relação entre a avaliação dos serviços públicos por parte dos turistas e a recomendação do destino turístico de uma cidade. A metodologia consistiu em um levantamento junto a uma amostra de 770 visitantes da cidade do Recife. Adotando uma abordagem quantitativa, utilizou-se um questionário estruturado de avaliação de diversos serviços públicos e serviços voltados ao turismo e uma variável de recomendação do destino visitado. Mediante a aplicação da análise de modelagem de equações estruturais baseada em mínimos quadrados parciais (PLS) o resultado obtido encontrou um impacto positivo e com intensidade moderada entre a avaliação de serviços públicos e a recomendação. Os resultados ainda apontaram para uma boa avaliação dos serviços por parte dos turistas. Tais resultados apontam para a importância e o impacto dos serviços públicos no desenvolvimento e crescimento do turismo em geral. Como sugestão de pesquisas subsequentes, sugerem-se estudos voltados para outros tipos de turistas em diferentes localidades e aplicação de metodologia qualitativa para maior aprofundamento sobre o tema.

Palavras-chaves: Serviços Públicos; Turismo; Políticas Públicas.

ABSTRACT

The tourism market presents a scale of evolution in which destinations are increasingly competitive. This competition promotes the search for improvements in public services that have a high impact factor on a visitor's experience in a location. Such services have a diverse range of forms, objectives and target audience and at their core are public services whose main users are the population of a location. However, as users, even if temporary, tourists are impacted by the form and quality of various public services that have an influence on this visitor's return and recommendations to other people. This work aimed to investigate the relationship between the evaluation of public services by tourists and the recommendation of a city's tourist destination. The methodology consisted of a survey of a sample of 770 visitors to the city of Recife. Adopting a quantitative approach, a structured questionnaire was used to evaluate various public services and services aimed at tourism and a variable to recommend the destination visited. By applying structural equation modeling analysis based on partial least squares (PLS), the result obtained found a positive impact with moderate intensity between the evaluation of public services and the recommendation. The results also pointed to a good evaluation of the services by tourists. Such results point to the importance and impact of public services on the development and growth of tourism in general. As a suggestion for subsequent research, studies aimed at other types of tourists in different locations and the application of qualitative methodology are suggested for greater depth on the topic.

Keywords: Public Services; Tourism; Public policy.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Comparativo dos Modelos de Atuação.....	29
Quadro 2- Tipos de Serviços Públicos de Turismo	31
Quadro 3- Tipos de Serviços Turísticos	32
Quadro 4 - Serviços Públicos Necessários para Exploração de Atividade Turística.....	34
Quadro 5 - Classificação de Serviços Públicos Fator Impacto	35
Quadro 6 - Stakeholders Atividade Turística.....	44
Quadro 7 – Variáveis de Pesquisa	53
Quadro 8: Teste de KMO e Bartlett	77
Quadro 9: Parâmetros de adequação e confiabilidade	80
Quadro 10: resultados dos parâmetros	80

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Variável Sexo.....	57
-------------------------------	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Modelo MEE a ser testado	79
Figura 2: MEE recomendação.....	82
Figura 3:Relação entre Avaliação de Serviços e Recomendação de destino visitado	83

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Frequência da variável idade	58
Tabela 2: variável Estado de Residência	59
Tabela 3: Variável Escolaridade	59
Tabela 4: Variável Motivo de Visita	60
Tabela 5: variáveis Escolaridade e Motivo de Viagem	60
Tabela 6: Meios de Hospedagem utilizados.....	62
Tabela 7: Estatística Descritiva Construto Saúde	63
Tabela 8: Segmentação dos respondentes por motivo de viagem.....	63
Tabela 9: variáveis construto qualificação.....	64
Tabela 10: variáveis construto qualificação.....	66
Tabela 11: Escolaridade x Estrutura e Limpeza	67
Tabela 12: Construto Transporte.....	68
Tabela 13: Motivo de Viagem x Transporte.....	68
Tabela 14: Construto Organização de Trânsito.....	69
Tabela 15: Construto Organização de Trânsito.....	70
Tabela 16: Construto Organização de Trânsito.....	71
Tabela 17: Construto Segurança.....	72
Tabela 18: infraestrutura do destino visitado.....	73
Tabela 19: Construto Serviços em Turismo	73
Tabela 20: Escolaridade x Construto Serviços em Turismo	74
Tabela 21: Matriz Spearman Serviços em Turismo x Escolaridade	75

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagens

EMPETUR - Empresa de Turismo de Pernambuco

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ISS - Imposto Sobre Serviços

KMO - Kaiser-Meyer-Olkin

MEE - Modelagem de Equações Estruturais

NGP – Nova Governança Pública

OMT - Organização Mundial de Turismo

PEA - População Economicamente Ativa

Pnad - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua

VIF - Variance Inflation Factor

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 OBJETIVO GERAL.....	17
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
1.3 JUSTIFICATIVA.....	17
2. REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1 POLÍTICAS PÚBLICAS E SERVIÇOS PÚBLICOS	19
2.1.1 Governança em Rede	22
2.1.2 Nova Gestão Pública e a Nova Governança Pública	25
2.2 SERVIÇOS PÚBLICOS GERAIS E OS SERVIÇOS PÚBLICOS VOLTADOS AO TURISMO.....	29
2.3 IMPORTÂNCIA DOS SERVIÇOS PÚBLICOS PARA O TURISMO URBANO.....	37
2.4 NOVA GOVERNANÇA PÚBLICA NO SEGMENTO TURÍSTICO	42
2.5 COCRIAÇÃO DE SERVIÇOS PÚBLICOS E O IMPACTO NO TURISMO	45
3. METODOLOGIA	48
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA QUANTO AO SEU OBJETIVO.....	48
3.2 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA QUANTO À SUA NATUREZA	49
3.3 CLASSIFICAÇÃO QUANTO AO PROCESSO DE AMOSTRAGEM.....	49
3.4 CLASSIFICAÇÃO QUANTO À TÉCNICA DE COLETA DE DADOS.....	52
3.5 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA QUANTO À TÉCNICA DE ANÁLISE	55
3.6 CUIDADOS ÉTICOS DA PESQUISA.....	56
4 DISCUSSÃO E RESULTADOS	57
4.1 DADOS DESCRITIVOS SOCIODEMOGRÁFICOS DA AMOSTRA E ANÁLISE	57
4.2 ANÁLISE DA AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS	62
4.3 ANÁLISE DE RELAÇÕES ENTRE OS SERVIÇOS PÚBLICOS E RECOMENDAÇÃO DO DESTINO.....	76
4.4 ANÁLISE DO MODELO ESTRUTURAL.....	80

5 CONCLUSÃO	84
5.1 LIMITAÇÕES DE PESQUISA.....	86
5.2 IMPLICAÇÕES TEÓRICAS E PRÁTICAS DA PESQUISA	86
5.3 SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS	87
REFERÊNCIAS	89
APÊNDICE	97

1. INTRODUÇÃO

O Turismo é um forte segmento econômico capaz de gerar renda de forma direta e indireta para vários setores da economia, como comércio, indústria, serviços e o setor público por meio da arrecadação de tributos (Elliott, 2020). De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (IBGE, 2020), em 2019, período anterior à pandemia Covid-19, o número de empregos atuantes apenas nos segmentos de Alojamento e Alimentação, atividades ligadas ao setor de turismo, ocuparam um total de 5,5 milhões de trabalhadores (IBGE, 2020).

Devido ao seu grande impacto na geração de renda e empregos, o turismo precisa ser planejado de forma estratégica e conjunta por governos em todas as esferas. Contudo, os aspectos que envolvem o desenvolvimento da atividade econômica estão fortemente relacionados à forma com a qual a administração pública executa seu orçamento e fomenta suas políticas públicas. Para o desenvolvimento do Turismo, é necessária uma infraestrutura específica voltada para o setor, assim como uma infraestrutura que é compartilhada com a população residente do destino turístico (Thommandru *et al*, 2021; Waheduzzaman, 2009).

Além da infraestrutura, cada destino possui um sistema de serviços públicos voltados para atendimento das necessidades dos seus habitantes e serviços públicos voltados apenas para o turismo. Embora cada serviço possua um público-alvo, tanto os habitantes quanto os turistas podem compartilhar os serviços prestados. Portanto, assim como os habitantes de uma cidade são usuários dos serviços públicos ofertados pela gestão pública local, os visitantes dessa localidade também utilizam, embora que temporariamente, alguns dos mesmos serviços que são voltados, com foco, para comunidade local. Estes serviços públicos terminam sendo usados de forma direta e indireta pelos turistas e visitantes da localidade (Denhardt; Denhardt, 2015; Elliot, 2020).

Pelos benefícios e desenvolvimento que a exploração da atividade turística traz para a economia local, a gestão pública, que atua de forma estratégica, deve incluir os agentes que exploram o setor turístico como parte do processo de construção de políticas públicas (Elliott, 2020). Da mesma forma,

devem buscar o desenvolvimento de formas de participação dos turistas no processo de construção, avaliação e controle de serviços públicos (Chen; Cottan; Lin, 2020; Hall, 2021).

Pela necessidade de envolvimento de diversos fatores e agentes em um propósito comum, a prestação de serviços públicos, o ambiente de elaboração das políticas é bastante complexo. As consequências das ações públicas têm impactos diretos e indiretos na população e em segmentos econômicos como o turismo. Este impacto exige um conjunto amplo de estudos de avaliação para o seu entendimento sob as perspectivas de dificuldades de implementação de ações nos diferentes contextos sociais (Denhardt; Denhardt, 2015; Rua, 2014; Sunstein, 2019).

Como usuários de forma direta ou indireta dos serviços públicos, os turistas, assim como a população local de um destino, utilizam certos serviços como destinatário final. Porém, a participação dos turistas na origem e no desenvolvimento de políticas públicas voltadas para localidade ainda é pouco fomentada. Essa participação na criação, execução e controle dos serviços públicos ofertados abre uma nova forma de planejamento de políticas públicas coparticipativas, onde os turistas são cocriadores dos destinos turísticos. Esta contribuição pode gerar impactos positivos na forma em que a localidade é explorada pelos agentes econômicos e governamentais. Uma vez que os turistas podem contribuir para a sustentabilidade do destino, mediante promoção de políticas públicas de forma transparente e responsável (Elliot, 2020; Joppe, 2018; Prebensen *et al*, 2013).

Uma das formas de incentivar a participação dos turistas na formulação de políticas públicas referentes ao destino turístico é por meio de iniciativas de consultas públicas, audiências públicas ou programas de escuta popular. Estas ações possibilitam ouvir a opinião dos turistas e dos moradores locais, bem como permitir a troca de experiências entre eles. Esta forma participativa pode contribuir para que esses canais sejam utilizados para a coleta de dados e informação que ajudem na formulação de serviços públicos que atendam aos interesses de todos os envolvidos (Chen; Cottan; Lin, 2020; Denhardt; Denhardt, 2015; Elliot, 2020; Verdugo; Frossard; Almeida, 2022).

Portanto, a participação dos turistas na formulação de políticas públicas voltadas para o destino turístico se torna fundamental para o desenvolvimento

sustentável da localidade, pois ajuda a garantir que os serviços públicos oferecidos sejam equilibrados e atendam às necessidades dos turistas e dos moradores locais (Chen; Cottan; Lin, 2020; Hall, 2021; Sunstein, 2019; WEI *et al*, 2020).

Um conceito desenvolvido no marketing e aplicado no turismo para fomentar o engajamento e satisfação dos visitantes, a cocriação de destinos turísticos pode ser definida como o incentivo à participação de turistas nas atividades de planejamento e execução de um serviço ou produto que será utilizado por estes públicos (Carvalho; Alves, 2022). A criação de valor agregado ao serviço é uma premissa na lógica de construção de serviços com qualidade superior. Essa lógica assume que o serviço é a base de todo valor de troca que é gerado pela interação entre prestadores de serviços e as pessoas. Por conseguinte, a cocriação de serviços públicos nos destinos turísticos irá incluir a participação de vários agentes envolvidos no turismo em conjunto com entes governamentais responsáveis pela construção e execução de serviços públicos (Carvalho; Alves, 2022; Femenia-Serra; Gretzel, 2020; Pacheco, 2016; Liu; Wu, 2019).

A relevância da estratégia de coparticipação no desenvolvimento de serviços públicos possui em sua base, o entendimento do impacto que os serviços públicos possuem na satisfação da população. Mensurada por meio de avaliações objetivas ou subjetivas, a satisfação do público-alvo dos serviços, quando analisada por meio de indicadores, pode ajudar a entender as motivações dos usuários, as expectativas, as necessidades e os problemas que enfrentam ao usar o serviço público (Denhardt; Denhardt, 2015; Elliot, 2020; Hall, 2021).

A avaliação de satisfação dos serviços públicos também pode servir como um importante instrumento de pesquisa para entender melhor os hábitos e comportamentos das pessoas que são impactadas. Em relação aos turistas, a avaliação dos serviços públicos pode contribuir no entendimento do impacto que os serviços possuem na ação de indicar a localidade para outras pessoas (Carvalho; Alves, 2022, Sustein, 2019; Wei *et al*, 2020).

Devido à necessidade de aprofundamento no entendimento entre os serviços públicos prestados em uma localidade e o comportamento de recomendação de um destino turístico, esta pesquisa buscou responder à

pergunta de pesquisa: Qual é a relação entre a avaliação dos serviços públicos por parte dos turistas e a decisão de recomendação do destino turístico?

1.1 Objetivo Geral

O objetivo desta pesquisa foi investigar a relação entre a avaliação dos serviços públicos por parte dos turistas e a decisão de recomendação do destino turístico.

1.2 Objetivos Específicos

- Descrever o perfil sociodemográfico dos turistas do recorte geográfico, participantes da amostra de pesquisa;
- Investigar associações entre variáveis sociodemográficas e variáveis avaliativas dos serviços;
- Relacionar os serviços públicos com as melhores e piores avaliações pelos turistas;
- Examinar possíveis correlações e associações entre as variáveis sociodemográficas e de avaliação dos serviços públicos com a variável de recomendação;

1.3 Justificativa

Como parte de um sistema integrado com outras atividades que compõem o cotidiano de uma sociedade, o turismo envolve elementos de recursos sociais, ambientais, econômicos e políticos. Os *stakeholders* do setor de turismo têm interesses específicos, porém, nem sempre convergentes (Hall, 2021).

O sistema de exploração da atividade econômica do turismo, é formado por agentes interdependentes que se relacionam com propósitos distintos, porém em certos aspectos congruentes, como exemplo, a construção de fontes de receitas (Bahrom *et al.*, 2022).

A gestão pública, um dos elementos principais do sistema do trade turístico, fomenta o crescimento da renda econômica populacional gerada pela exploração da atividade econômica no turismo (Elliot, 2020). Este aumento de renda acontece por meio da ampliação de empregos e fomento do

empreendedorismo. A exploração destas atividades aumenta, consequentemente, a arrecadação de tributos. As empresas, por sua vez, buscam atividades lucrativas e remuneratórias do capital investido e a sociedade se beneficia com as oportunidades geradas pela exploração dos vários segmentos ligados ao turismo (Bahrom *et al.*, 2022; Carvalho; Alves, 2022; Silva *et al.*, 2013).

Contudo, os elementos que compõem a complexidade desse sistema de fatores necessitam de serviços públicos específicos e compartilhados ao mesmo tempo com a atividade do turismo. Os serviços públicos voltados para segurança e limpeza possuem impacto tanto no cotidiano da população de um destino turístico quanto na qualidade da experiência vivenciada por um turista de uma localidade. Uma região com instabilidade na segurança pública pode comprometer o sistema receptivo e o bem-estar dos turistas. Da mesma forma, uma crise sanitária, como o cenário pandêmico causado pela COVID19, pode ser agravada e impactar na imagem de um destino, se o governo local não dispuser de serviços de saúde adequados à população e aos visitantes (Femenia-Serra; Gretzel, 2020; Kamata, 2022; Mingqiu *et al.*, 2020).

Portanto, existe uma estrutura de serviços públicos que a administração pública local presta aos seus cidadãos residentes que são compartilhados com os visitantes por meio da exploração da atividade do turismo em geral. No desafio de uma nova administração pública, existe um estímulo latente no desenvolvimento de formas estratégicas de construção e execução de serviços públicos. Como usuários, ainda que temporários, desses serviços públicos, os turistas apresentam grande potencial como cocriadores de políticas públicas e consequentemente, serviços públicos (Carvalho; Alves, 2022; Chen; Cottan; Lin, 2020; Denhardt; Denhardt, 2015; Phi; Dredge, 2021).

Dessa forma, a gestão pública deve buscar formas de unir os interesses dos stakeholders do setor de turismo para a construção de serviços públicos que sejam aplicáveis a todos os usuários, envolvendo a participação dos turistas e, ao mesmo tempo, contribuindo para o fortalecimento da atividade turística. Esta participação na construção de serviços públicos pode ser uma ferramenta de desenvolvimento social, econômico e cultural, onde os turistas podem contribuir para o aprimoramento do produto turístico ofertado, estimulando a criação de serviços públicos que atendam às expectativas dos próprios turistas,

aumentando, conseqüentemente a satisfação dos usuários, o sentimento de pertencimento à localidade visitada e o potencial de indicação do destino (Carvalho; Alves, 2022; Chen; Cottan; Lin, 2020; Denhardt; Denhardt, 2015; Phi; Dredge, 2021; Sugathan; Ranjan, 2019).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Políticas Públicas e Serviços Públicos

Nos sistemas democráticos, a forma que o governo administra os seus recursos está intimamente relacionado à população tanto na origem da necessidade de ações governamentais quanto no alvo dessas ações planejadas e executadas. Legisladores e executores de políticas públicas devem ter sempre em mente a população quando decidem, legislam e criam políticas públicas. O intuito de toda cadeia de ação que resulta em políticas públicas deve ser a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Para isso, técnicos e políticos devem atender para formas eficazes de transformar recursos em políticas que tragam benefício à população (Goodin; Rein; Moran, 2006).

Contudo, muitos fatores podem contribuir para o fracasso na formulação de políticas públicas, uma vez que gestores públicos vivem um contexto social e econômico que exige tomada de decisões cada vez mais rápidas sobre ações diversificadas. Para auxiliar nesta necessidade, existem indicadores que auxiliam de forma objetiva, a leitura de situações cotidianas. Estes indicadores se tornam um instrumento de mensuração de amplitude e qualidade para avaliar os serviços públicos prestados à população (Allison, 2006).

Em governos com modelo de gestão baseado na centralização de poder, os governantes decidem o que a população precisa e o que deve ser feito para melhorar a vida das pessoas, as ações são criadas e implementadas. Porém em sociedades cada vez mais complexas e participativas, o desenvolvimento de uma atuação governamental deve estar baseado na melhoria na qualidade de vida de diversos segmentos populacionais entre elas, os turistas. Contudo, quanto mais uma comunidade é diversificada, mais difícil se torna para as políticas impactarem de forma positiva uma parcela maior de uma população (Cottle, 1998).

O desafio na elaboração e análise de políticas públicas começa no entendimento do que constitui uma política. Por ter uma definição imprecisa, é geralmente usada de maneira vaga e abstrata, principalmente pelas pessoas encarregadas por sua elaboração e execução. Uma política pode indicar um objetivo geral quando tem um intuito bem definido. Assim como uma ação para melhorar o nível de educação de uma localidade, uma política pública pode significar um princípio orientador de governo (Cottle, 1998; Rua, 2014; Wilson, 2006).

As ações governamentais podem ter uma conotação ideológica por se tratar de uma representação dos objetivos dos governantes. Por ser, também, um processo que visa a concretização de um planejamento de governo, a ausência de políticas públicas em alguns setores pode ser um exemplo de uma política pública derivada da ideologia de um governo (Stutzer, 2019).

Os governos formados por ideologias distintas tendem a focar suas ações em atividades que valorizam, enquanto outras atividades vistas como negativas sob a perspectiva ideológica podem ser completamente ignoradas. Por ser uma demonstração clara de que a ausência de ações faz parte do objetivo de governo, a negligência em questões pertinentes à população pode também ser chamada de política pública (Stutzer, 2019).

Contudo, para Mandelson e Liddle (2006), a elaboração de políticas públicas tem um sentido mais concreto e objetivo, podendo ser definido como o processo pelo qual os governos traduzem sua visão política em programas e ações para entregar resultados, ou seja, mudanças desejadas no mundo real.

O estilo de governo tradicional burocrático assume a forma, em muitos países, de um estado centralizado, ineficiente e com foco disperso do objetivo central de oferta de serviços à população. O processo de desenvolvimento de políticas públicas é executado de acordo com as demandas urgentes do cotidiano da população, sem preparo para um processo ordenado e preventivo, esse estilo de administração é chamado, por Goodin *et al* (2006), de Gestão por Políticas Públicas de Crise, onde o atendimento das demandas da população sobrecarrega e prejudica o processo de decisão dos gestores políticos e públicos.

Conseqüentemente, as necessidades irão exigir uma ação sem demora prejudicando, assim, a principal etapa do processo de desenvolvimento de

políticas públicas, o planejamento. As sucessivas reformas na administração pública mundial, sempre visaram uma mudança drástica de uma ação reativa para uma gestão proativa, ao invés de atender exigências urgentes da população. Deve-se buscar a construção de ações em conjunto com o público-alvo das políticas, inserindo a participação popular nos processos de planejamento, execução e controle dos serviços públicos resultantes das políticas públicas (Hartley, 2005).

A exploração e fomento de atividades que atraem os turista em um dado destino é o resultado de políticas públicas que podem beneficiar ou prejudicar o desenvolvimento econômico que o setor produz. Como toda política pública, as ações que impactam o turismo poderão trazer resultados mais assertivos se as principais etapas de desenvolvimento de políticas públicas forem planejadas de forma estratégica com os objetivos visados. Porém, uma política pública precisa ter um público-alvo definido e para as ações públicas que impactam o setor do turismo, os turistas precisam estar inclusos no processo de planejamento (Carvalho; Alves, 2022; Sugathan; Ranjan, 2019).

O conceito de serviço público possui uma abrangência considerável e se adapta conforme os sistemas jurídicos e políticos das diversas nações. Em sua essência, está atrelado às ações empreendidas pelo Estado, ou por aqueles a quem este delega competência, com a finalidade de suprir as demandas coletivas e desempenhar as funções vitais para o bem-estar da sociedade (Bryhinets, 2020).

Uma visão mais ampla desse conceito pode incorporar qualquer serviço disponibilizado para um grupo de cidadãos, seja ele gratuito ou mediante cobrança. Com esse entendimento, mesmo os serviços que são tradicionalmente oferecidos pelo setor privado, como atendimentos de saúde e sistemas de transporte, podem se enquadrar na categoria de serviços públicos. Isso acontece porque, mesmo que indiretamente, há uma participação estatal nestas atividades. Essa participação pode se dar por meio da aprovação de normativas que autorizam o funcionamento desses serviços, ou até através de mecanismos regulatórios. Em diversos casos, a iniciativa privada, ao prestar determinados serviços, sofre influência ou é submetida a intervenções do poder público, visando garantir padrões de qualidade e atendimento às demandas sociais (Bryhinets, 2020; Kon, 2022; Lapuente; Van de Walle, 2020).

Ao se falar em Administração Pública sob uma ótica objetiva, ou seja, focando em seu aspecto material ou funcional, é possível referir-se ao leque de atividades que se relacionam diretamente com o papel administrativo do Estado. Esse papel, porém, não se limita apenas a prover serviços de forma direta, mas também engloba incentivar e regular a iniciativa privada, garantindo que ela atue de maneira alinhada aos interesses da sociedade (Carvalho; Alves, 2022).

Dessa forma, para fins deste estudo, é adotado o conceito de serviços públicos como sendo todas as atividades, sejam elas diretas ou indiretas, voltadas para atender às demandas da coletividade. E, nessa visão, o que determina a natureza de um serviço público não é necessariamente o caráter jurídico da entidade prestadora, mas sim o objetivo central da atividade: satisfazer as necessidades do conjunto da população (Aguiar; Lima, 2019; Bryhinets, 2020; Denhardt; Denhardt, 2015; Kon, 2022; Lapuente; Van de Walle, 2020).

A construção e atuação de forma conjunta de políticas e serviços para um público-alvo irá demandar por parte dos governos uma intermediação entre diversos agentes representantes da população, organizações públicas e privadas, além dos turistas. Esta forma de agir coloca o governo presente em várias esferas da sociedade, exigindo uma forma de administrar de forma conjunta, uma governança em rede. Os principais aspectos conceituais sobre governança em rede serão apresentados a seguir.

2.1.1 Governança em Rede

Uma gestão pública eficiente capaz de desenvolver um processo de formulação de políticas públicas proativas deve buscar uma organização em rede como base de processos decisórios descentralizados. As organizações de alta complexidade como os governos, precisam funcionar com ações de gestão otimizadas coibindo, assim, as disfunções burocráticas que enrijecem qualquer necessidade de mudança em um governo. Para Chen, Cottan e Lin (2020), as organizações públicas complexas funcionam cada vez menos mediante estruturas hierárquicas verticalizadas e buscam um modelo de tomadas de decisões horizontalizadas e em rede.

A construção de serviços públicos deve unir diversas esferas de governo, e como a indústria do turismo possui impacto em vários setores econômicos e financeiros, a administração pública, em sua plenitude, precisa possuir uma gestão unificada e alinhada com as necessidades do setor. Para Mueller (2020), existem duas abordagens distintas relacionadas à construção de políticas públicas, a gestão diretiva e a cooperativa. Na primeira classificação, os serviços e políticas públicas são construídos e executados de forma hierárquica vertical, os departamentos recebem os projetos e as ações a serem tomadas de acordo com o que o governo determina. Na gestão cooperativa, a construção é feita em rede, a população participa de todo o processo decisório e na supervisão da aplicação das políticas e prestação dos serviços.

A governança em rede apesar de ser a mais efetiva na satisfação das demandas da população é, contudo, a mais desafiante das formas de gestão. Para Van Buuren *et al.* (2020), uma gestão voltada para persuasão entre os diferentes agentes inseridos na rede se faz necessária, devido à ampla gama de ideologias e possíveis direcionamentos. Uma governança cooperativa em rede requer bastante tempo para acomodar as diversas vontades, uma tarefa que pode ser classificada como quase impossível de se executar. Em sociedades centralizadas em grandes centros urbanos existe uma demanda maior por parte de diferentes grupos na população de participação no direcionamento das políticas públicas. Tais grupos, muitas vezes, podem se mostrar antagônicos e o desafio se estabelece em atingir um denominador em comum.

A cocriação de destinos turísticos possui em sua base a governança em rede entre a gestão pública e os setores que formam o mercado de exploração do turismo. A participação de agentes empresariais, turistas e sociedade na construção de políticas e serviços públicos irá demandar uma forma de organização governamental cooperativa bastante dinâmica e orgânica, aberta principalmente para negociação entre as partes interessadas (Carvalho; Alves, 2022; Sugathan; Ranjan, 2019).

Não obstante, em certos aspectos, a abordagem da gestão diretiva pode ser mais eficaz na implementação de ações, principalmente em relação aos fatores de tempo e custo de implementação das ações de governo. Porém, uma gestão cooperativa se assemelha ao ideal de uma governança dinâmica e estabelecida em rede com as muitas camadas que compõem uma sociedade,

sendo mais democrática na criação e supervisão dos serviços públicos prestados (Mueller, 2020).

Para Carvalho e Alves (2022), deve-se entender o impacto que os serviços públicos possuem nos visitantes e população, determinando qual o segmento econômico e social o serviço público visa atingir. Os serviços públicos podem ser prestados em diversos segmentos, sendo os principais, os econômicos e os sociais e podem ter características distintas de atendimento.

No Brasil, as políticas públicas que visem suprir as necessidades básicas da população são classificadas como serviços públicos essenciais, que são aqueles serviços indispensáveis a sobrevivência do ser humano. A Lei nº 7783 de 1989 classifica os serviços públicos essenciais, aqueles prestados nas áreas de saúde, segurança, transporte e saneamento básico. Este conjunto de atividades se torna fundamental para melhoria de vida da população e deve ser disponibilizado a todo cidadão (Rua, 2014).

Por serem serviços básicos e essenciais, na exploração da atividade de turismo, os turistas usufruem, ainda que de forma temporária, os mesmos espaços e estruturas que os cidadãos utilizam em seu cotidiano. Os serviços de segurança, saúde, transporte e saneamento básico, ainda que possuam o foco nos habitantes de uma cidade, possuem também, impacto direto na qualidade e experiência vivenciada pelos turistas (Joppe, 2018; Liu; Wu, 2019).

Como forma de expor e concretizar políticas públicas, os serviços públicos possuem como objetivo aumentar a qualidade de vida da população, e como qualquer serviço, tem seus aspectos relacionados ao estilo de gestão do prestador. Os serviços públicos no Brasil tiveram as características da gestão pública no contexto das diversas reformas administrativas. As principais reformas resultaram em perspectivas distintas em relação à população e ao papel da administração pública como fomentador de serviços públicos. Os dois principais movimentos de reforma que tiveram grande impacto nos serviços públicos foram a Nova Gestão Pública e a Nova Governança Pública (NGP). Para o setor do turismo, estas reformas irão resultar em modelos de planejamento e execução de serviços públicos que irão impactar a forma em que o turismo é gerido e controlado, conseqüentemente, impactando na experiência dos turistas nos destinos (Mueller, 2020; Sugathan; Ranjan, 2019).

As duas principais reformas com forte impacto na visão governamental sobre o público-alvo no processo de construção de serviços públicos serão apresentadas na próxima seção.

2.1.2 Nova Gestão Pública e a Nova Governança Pública

A administração pública tem se desenvolvido para acomodação das demandas da população. Mediante diversas reformas administrativas, o conceito de gestão e importância do papel dos governos e da sociedade tem evoluído para um debate social e acadêmico. Cada época traz em seu bojo uma necessidade de atuação governamental específica e envolve a maneira de construção de políticas públicas e prestação de serviços, incluindo as ações impactantes no setor do turismo (Wiesel; Model, 2014).

A nova gestão pública representou uma mudança no paradigma de um Estado burocrático, enrijecido e uma administração extremamente verticalizada. O modelo weberiano de burocracia foi pensado como uma solução para um modelo de gestão pública patrimonialista e onde a população era vista apenas como fonte de financiamento do Estado, pagadores de impostos. As políticas públicas, no modelo weberiano, não eram planejadas de acordo com a necessidade da população, apenas com a visão do gestor que determinava que serviços seriam prestados a quem (Wiesel; Model, 2014).

O sistema político teve que ser adaptado para melhor adequação a uma sociedade com acesso à informação e mudança na forma de perceber a gestão pública. Esta percepção da sociedade influenciou mudanças na relação entre governo e população. As reformas administrativas adaptaram a atuação da administração pública para novas abordagens na formulação de políticas públicas e serviços (Waheduzzaman, 2009).

A Nova Gestão Pública deu início a partir dos anos 1990, com foco nos Estados Unidos, a uma visão diferente no relacionamento entre governos e sociedade, colocando um foco na qualidade dos serviços públicos prestados. O papel da população deixa de ser passiva para ser o foco dos serviços, o usuário de serviços públicos. Este aspecto mudou o paradigma do cidadão como elemento submisso e o pôs como cliente e financiador dos serviços públicos (Denhardt; Denhardt, 2015).

Os principais reflexos da reforma no setor público brasileiro resultaram em uma mentalidade voltada para a descentralização das unidades administrativas, valorização da população como finalidade de todo serviço público, serviços públicos baseados no mercado, eficiência na prestação dos serviços, transparência e responsabilização (*accountability*) no controle dos serviços públicos (Wiesel; Model, 2014).

Para Dan e Pollitt (2015), é possível determinar sete elementos que fazem parte do processo de implementação da Nova Gestão Pública:

- Eficácia de custos;
- Maior transparência em alocação de recursos;
- Descentralização das instituições burocráticas tradicionais;
- Eficiência da gestão dentro dos órgãos públicos;
- Desagregação das funções do serviço públicos;
- Introdução de abordagens de administração centrada em *Stakeholders*;
- Gestão baseada em desempenho.

Os princípios da Nova Gestão Pública, embora buscassem um ideal, sofreram modificações em governos e o processo seletivo e adaptativo prejudicou a transformação esperada pela reforma administrativa pública. Uma visão voltada para as melhores práticas de mercado na prestação de serviço levou a descentralização dos serviços públicos, como também às privatizações de órgãos e empresas públicas (Sustein, 2019).

A visão da população como cliente do serviço público logo levou a diversos questionamentos, uma vez que a prestação de serviços por parte da iniciativa privada requer uma contraprestação remuneratória, enquanto a essência dos serviços públicos está voltada à prestação a toda população que necessita do serviço. Outro forte questionamento da percepção da população-cliente está voltado para o objetivo do prestador de serviço. Para empresas privadas, o objetivo de existência está na remuneração dos seus sócios, o lucro. Porém, para entidades públicas, o objetivo está focado no bem-estar social da população, ainda que a exploração da atividade se demonstre deficitária lucrativamente (Wiesel; Model, 2014).

Consequentemente, o modelo da Nova Gestão Pública se tornou ineficaz em muitos ambientes onde foi implantado e o progresso da administração pública necessitou adotar mudanças. O aspecto da localização da população como fator central dos esforços da gestão pública foi um caminho assertivo, porém incompleto. A orientação dos serviços públicos centrada na satisfação da população foi um enorme avanço do sistema burocrático anterior. Contudo, esta foi uma abordagem focada na qualidade dos serviços prestados, sem a participação do cidadão na raiz do serviço, ou seja, no planejamento (Waheduzzaman, 2009).

O forte apelo da sociedade em participar efetivamente na gestão pública no Brasil tem sido cada vez mais ampliada com fortes elementos incentivadores, como a construção de instrumentos de participação popular no desenvolvimento do orçamento público e no controle social. Este apelo, contudo, é um sinal mais evidente da evolução de uma saúde democrática estável, que necessita de adaptação da forma de se planejar políticas públicas e serviços públicos, incluindo agentes atuantes nas atividades, como entidades públicas e civis e a população em geral. Nesta necessidade de adaptação e progresso, o modelo da Nova Gestão Pública se torna antiquado e uma nova referência é construída, a Nova Governança Pública (Runya; Qigui; Wei, 2015).

Como resultado para o setor econômico do turismo, a gestão pública irá desenvolver políticas e serviços públicos com foco apenas na população local do destino, visando a população como o cliente exclusivo do serviço e o turista como cliente acessório do serviço público. Ambos os clientes não participam do planejamento e construção dos serviços públicos que usufruem (Joppe, 2018; Wei *et al*, 2020)

Com o conhecimento adquirido na concepção e execução do modelo anterior, a Nova Governança Pública reconhece a importância dos diversos agentes atuantes na prestação do serviço público e enfatiza a participação ativa das organizações civis e da população usuária dos serviços na formulação de políticas públicas e provisão de serviços públicos para a população. Esta participação ativa traduz-se na gestão ativa do público-alvo na concepção do serviço público, desde a fase do planejamento (McMullin, 2021).

Os princípios do modelo anterior precisam estar presentes para que a Nova Governança Pública possa funcionar, mediante construção de canais de

comunicação e a participação entre os diversos setores da sociedade, os governos se tornam pluralistas e verdadeiramente democráticos. Portanto, a gestão de serviços públicos na Nova Governança Pública precisa da administração eficiente e integrativa da Governança em Rede. O fator coparticipativo da nova governança só é atingido com a gestão de serviços em rede (Stutzer, 2019; Mueller, 2020).

Essa nova forma de gestão do serviço público, por conseguinte, significa que os cidadãos não são mais clientes ou apenas receptores de serviços públicos, conforme articulado nos princípios da gestão burocrática e da Nova Gestão Pública. Em vez disso, os cidadãos são parceiros no processo de governança. Como tais, devem participar ativamente no planejamento, desenvolvimento, execução e principalmente, no controle das funções públicas. Esta é uma visão de gestão de serviços públicos que representa a base para a cocriação de destinos turísticos (Carvalho; Alves, 2022; McMullin, 2021; Sugathan; Ranjan, 2019).

Outro aspecto que difere bastante entre os modelos de Nova Gestão Pública e a Nova Governança Pública está na visão da população como objetivo final do serviço, devendo existir agregação de valor em virtude de prestações remuneratórias. Os serviços públicos, na Nova Governança Pública, devem ser prestados independente de contraprestação financeira e deve ser planejado, em seu bojo, por todos os *stakeholders* (Carter; Eriksson; Scott, 2020).

Os principais modelos de gestão pública apresentam características distintas, principalmente na percepção sobre a população no seu papel em serviços públicos. Conseqüentemente, a visão da importância do papel do turista na construção de serviços públicos será distinta conforme o modelo de gestão pública adotado (Joppe, 2018; Wei *et al*, 2020).

Comparando os aspectos dos dois últimos modelos em relação à administração burocrática, a população deixa de ser vista, exclusivamente, como financiadora de serviços, para uma participação de parceria no desenvolvimento dos serviços. Este aspecto está fortemente relacionado ao conjunto de valores refletidos pela administração pública conforme descrito no Quadro 1.

Quadro 1 - Comparativo dos Modelos de Atuação

Aspectos Diferenciais	Administração Burocrática	Nova Gestão Pública	Nova Governança Pública
Abordagem à prestação de serviços públicos	Gestão de políticas e serviços públicos definidos e implementados por políticos e burocratas.	Descentralizado, orientação voltada para eficiência de mercado na prestação de serviços.	Gestão descentralizada, onde o cidadão participa da construção, execução e controle das políticas e serviços públicos.
Nomenclatura dos Agentes Públicos	Burocratas e Políticos	Gestor Público	Facilitador do Conhecimento, gestor de redes públicas
Valores definidos	Criação e Regulação	Competição e Produtividade	Debate e Sustentabilidade
Papel do Cidadão	sujeito passivo	cliente	parceiro e sócio

Fonte: Adaptado Waheduzzaman, 2009.

O modo de atuação da gestão pública irá determinar a forma na qual os serviços são concebidos e praticados, gerando um impacto em todos os segmentos e camadas da sociedade. No setor do Turismo, os serviços terão um impacto de forma direta e indireta, uma vez que o segmento utiliza serviços e estruturas específicas, como também utiliza, em níveis distintos, os serviços públicos disponíveis a toda população (Byrd, 2007).

Os serviços públicos quando abordados em seus aspectos gerais relacionam-se a toda amplitude do sistema de atendimento à sociedade. Porém, em termos específicos, os serviços públicos podem ser caracterizados como essenciais à população. Estes serviços servem como base para toda exploração de atividades econômicas e os serviços públicos voltados ao Turismo. Os principais aspectos dos serviços públicos gerais e os serviços voltados ao turismo serão apresentados na próxima seção.

2.2 Serviços Públicos gerais e os Serviços públicos voltados ao Turismo

Um dos fatores importantes na exploração da atividade do turismo é que, para acontecer de forma sustentável, é necessário que haja uma interação entre o sistema de serviços públicos de uma cidade, fatores de recursos humanos e gestão pública. Portanto, o turismo deve ser administrado como um conjunto de recursos ambientais, sociais, econômicos e políticos, uma rede complexa (Casimiro Filho, 2002).

Um importante fator no estudo dos recursos e elementos que compõem o turismo é o aspecto da complexidade na análise dos componentes de um destino turístico. Além dos recursos naturais e culturais que envolvem a experiência de um turista, outros elementos irão atuar de forma indireta, como o estado de conservação de vias públicas, segurança, o nível de qualificação das pessoas envolvidas na atividade econômica, ou seja, um conjunto de serviços públicos que a administração pública provê para os seus cidadãos e que também é compartilhado por turistas (Pereira; Araújo; Silveira, 2014).

Outros serviços públicos podem atuar de forma indireta. Embora o turismo possua uma estrutura distinta, em muitas situações utiliza uma estrutura conjunta com a população residente no local. Por isso, uma correta gestão de infraestrutura tem resultados tanto para a sociedade quanto para os visitantes (Castellani *et al.*, 2007).

Os serviços públicos se diferenciam dos serviços prestados por empresas na forma e alcance em que são prestados, enquanto as empresas fornecem serviços exclusivos mediante uma troca remuneratória, os serviços públicos têm como alvo o público em geral que não fornece necessariamente uma forma de pagamento direto. A iniciativa privada também fornece serviços exclusivos turísticos, como a indústria hoteleira e receptiva, mediante remuneração dos visitantes. Contudo, os serviços públicos que são voltados ao turismo estão enquadrados na mesma forma e alcance dos serviços públicos gerais prestados em localidades turísticas por entidades públicas e que são usufruídos tanto por residentes quanto visitantes (Wei *et al.*, 2020).

O foco é o elemento que vai diferenciar os serviços públicos voltados para o turismo e os serviços públicos essenciais. Os serviços públicos de turismo concentram-se mais nas necessidades dos turistas, no apoio à infraestrutura da rede que sustenta e desenvolve a atividade econômica do turismo. O desenvolvimento de políticas públicas voltadas para a satisfação dos visitantes nas localidades pode resultar em serviços como criação de pontos de informações turísticas na localidade, projetos de urbanização de pontos turísticos, treinamento de mão-de-obra para atendimento aos turistas, entre outros serviços específicos. Contudo, muitos serviços que buscam o atendimento das necessidades dos residentes compõem a base da

infraestrutura da exploração do turismo, seja de forma direta ou indireta (Larsson; Müller, 2017).

Portanto, conforme demonstra o Quadro 2, existem tipos diferentes de classificação de serviços públicos que possuem forma, alcance e foco distintos.

Quadro 2- Tipos de Serviços Públicos de Turismo

Tipos de Serviços	Forma	Alcance	Foco
Serviços Privados	Mediante remuneração	Limitado	Necessidades Pontuais
Serviços Públicos	Sem remuneração direta	Geral	Necessidades dos Residentes
Serviços Públicos de Turismo	Sem remuneração direta	Geral	Necessidades dos Visitantes
Serviços Privados de Turismo	Mediante remuneração	Limitado	Necessidades Pontuais dos Visitantes

Fonte: Elaboração do autor, 2021

Os serviços públicos voltados ao turismo podem não ser remunerados diretamente por meio do consumo imediato do serviço, porém são financiados por meio da arrecadação de tributos. Esta forma de financiamento indireto afeta os residentes e visitantes de forma conjunta, uma vez que os custos têm sua origem no orçamento público e dependem de planejamento fiscal para obtenção de investimento e manutenção do serviço (Todesco; Silva, 2021).

Para Xu e Sun (2015), os serviços públicos de turismo podem ser divididos entre as principais categorias:

- Serviços de informações turísticas;
- Serviços de infraestrutura turística;
- Serviços de salvaguarda dos interesses dos turistas;
- Serviços de segurança turística;
- Serviços de apoio ao meio ambiente local nos destinos turísticos.

Para os autores, os serviços públicos que visem atender especificamente às necessidades dos visitantes estão inseridos nessas classificações. Contudo, muitos serviços essenciais públicos voltados às necessidades dos residentes formam a base para o desenvolvimento de serviços públicos de turismo.

Segundo Ignarra (2013), a escolha de destinos turísticos, por parte dos visitantes, requisita certos elementos necessários para satisfazer as suas necessidades e expectativas. Qualquer que seja o nível de desejo e anseio, para visitar a localidade, serão necessários, além de serviços turísticos (hospedagem, transporte e alimentação), o uso de serviços públicos. A oferta turística de um destino é dividida em conjuntos distintos de fatores que são classificados como:

- Atrativos Turísticos;
- Serviços Turísticos;
- Serviços Públicos.

Sem elementos desses conjuntos, o destino turístico fica impossibilitado de desenvolvimento. Para usufruir de um atrativo turístico, o turista necessita de uma série de serviços. Segundo Ignarra (2013), os principais tipos de serviços turísticos com seus subtipos podem ser classificados de acordo com o apresentado no Quadro 3.

Quadro 3- Tipos de Serviços Turísticos

Tipo de Serviços Turísticos	Subtipo
Hospedagem	Hotéis e resorts; Flats; Pousadas; Pensões; Pensionatos; Albergues; Campings; Imóveis de Aluguel.
Alimentação	Restaurantes; Lanchonetes; Sorveterias/docerias; Cafés e Bares; Cervejarias; Quiosques.
Agenciamento	Agências Emissivas e Agências receptoras
Transportes	Aéreo; Rodoviário; Ferroviário; aquático
Locação de Veículos e Equipamentos	Carros; Motos; Bicicletas; Embarcações; Equipamentos Esportivos.
Eventos	Organização de eventos; Fornecedores de Produtos e Serviços; Espaços de Eventos.
Entretenimento	Bares e Boates; Clubes e estádios; Casas de espetáculos; Cinemas e Teatros; Parques de diversão, aquáticos e temáticos; Locais de esportes; Marinas; Zoológicos; Museus e Feiras.
Informação Turística	Guias; Postos de Informações; Centrais de Informações; Jornais e Revistas Especializadas
Comércio	Souvenirs; Joalherias; Artesanatos; Produtos Típicos.

Fonte: Ignarra (2013, p. 92)

O uso de serviços públicos na atividade do turismo pode ocorrer de forma direta, quando os turistas dividem junto à população local a mesma infraestrutura urbana/rural. No entanto, essa experiência ou percepção dos serviços públicos podem ocorrer também de forma indireta, quando os serviços turísticos precisam

de serviços públicos essenciais para existir. Para Silva e Araújo (2013), a existência e a qualidade dos serviços turísticos dependem de uma estrutura de serviços públicos essenciais como transportes, saúde e segurança.

Um sistema de apoio à população é a base de desenvolvimento para a exploração de qualquer atividade econômica, e para o correto desenvolvimento das atividades turísticas, serviços públicos essenciais fazem parte da oferta turística. Segundo Larsson e Müller (2017), sem serviços públicos essenciais de qualidade não é possível ofertar serviços públicos voltados ao turismo satisfatórios aos visitantes. Portanto, o investimento em serviços à população em geral tem consequências positivas para o turista que de forma direta ou indireta é beneficiado.

O nível de satisfação do turista tem uma forte relação no desempenho da atividade econômica na geração de renda. Se explorado de forma sustentável, o turismo tem a capacidade de melhorar a qualidade de vida de uma população. Portanto, os serviços públicos essenciais e os serviços públicos voltados para o turismo são interdependentes em seus aspectos econômicos e estruturantes (Xu; Sun, 2015).

Para Benur e Bramwell (2015), os serviços públicos voltados ao turismo podem ser classificados de acordo com a exclusividade do público-alvo. Os serviços que são voltados puramente para os turistas dependem de forma indireta dos serviços essenciais públicos. Serviços envolvendo centros de informações turísticas, estruturas de eventos e atrativos turísticos têm como público-alvo e objetivo atender os visitantes de uma localidade e aumentar o seu nível de satisfação em visitar o destino turístico. Os serviços compartilhados entre turistas e população em geral possuem uma relação de interdependência, tendo como público-alvo e objetivo o atendimento de visitantes e a população local.

A relação de dependência pode obedecer a uma ordem de necessidade para exploração da atividade de Turismo. A diversidade de serviços públicos que podem ser classificados como essenciais possuem participação no desenho e fomento de serviços públicos voltados para o turismo. Identificar esta relação pode auxiliar no desenvolvimento da estrutura de aparelhos turísticos para receber os visitantes. Para Ignarra (2013), os principais serviços públicos

necessários para o sucesso de um destino turístico estão descritos no Quadro 4.

Quadro 4 - Serviços Públicos Necessários para Exploração de Atividade Turística

Serviços Públicos	Subtipo
Transportes	Taxi; ônibus; Metrô, Bonde, Trem, Transportes Aquáticos; Aeroporto e Estações.
Serviços Bancários	Agências Bancárias; Caixas Eletrônicas e Serviços de Câmbio.
Saúde	Farmácias; Prontos-socorros; Hospitais; Clínicas; Laboratórios; Postos de Saúde; Maternidades e Abastecimento de remédios e vacinas.
Segurança	Patrulhamento; Delegacias; Delegacias Especializadas; Serviços de Salva-vidas e Corpo de Bombeiros.
Informação	Postos de Informações Turísticas; Sinalização urbana e turística; Disponibilização de Mapas e Guias.
Comunicação	Cobertura de telefonia; Rádio; Televisão; Internet de qualidade.
Limpeza e Coleta de Lixo	Limpeza de ruas e avenidas; Manutenção de Parques e Praças; Limpeza e Manutenção dos atrativos turísticos.
Trânsito	Ordenação do trânsito nas localidades; Tempo gasto em engarrafamentos; Facilidade na locomoção nas vias.
Obras e Urbanização	Oferecimento de áreas públicas para o esporte e lazer; Qualidade das vias urbanas e rurais; Presença de entulhos nas vias; Conservação de terrenos baldios e prédios urbanos; Presença de sistema de esgoto; Oferta de Energia Elétrica.
Educação	Qualificação da mão de obra utilizada para prestação de serviços públicos essenciais; Qualificação da mão de obra utilizada para os serviços turísticos; Presença de Escolas e Universidades de qualidade.
Meio Ambiente	Conservação e Manutenção de ecossistema nativo da localidade; Controle de Poluição.

Fonte: Adaptado Ignarra (2013)

A intensidade do uso dos serviços públicos irá variar de acordo com o segmento de turismo explorado. Contudo, de uma forma direta ou indireta, os serviços públicos essenciais precisam existir para que haja uma estrutura de turismo. Sem os serviços públicos essenciais não existe uma viabilidade da atividade econômica. Desse modo, os serviços públicos essenciais são um sistema preditor para o desenvolvimento turístico (Ignarra, 2013; Benur; Bramwell, 2015; Xu; Sun, 2015).

Como um sistema preditor, os serviços públicos essenciais tornam a exploração da atividade do turismo um fator impactante no desenvolvimento

territorial, econômico e social das localidades. Para um maior retorno financeiro advindo do setor de turismo, é fundamental que a administração pública invista na melhoria dos serviços públicos essenciais, beneficiando, assim, os residentes e os turistas (Silva; Araújo, 2013).

O investimento planejado de forma estratégica pode priorizar os serviços com maior repercussão no desenvolvimento do turismo. Para Osborne, Radnor e Strokosch (2016), os serviços públicos podem estar relacionados de acordo com a intensidade do impacto no desenvolvimento da atividade turística, podendo ser divididos de acordo com o Quadro 5.

Quadro 5 - Classificação de Serviços Públicos Fator Impacto

Impacto	Tipos
Baixo	Serviços de Controle de Enchentes, Serviços Burocráticos de abertura e supervisão de empresas, Serviços de Iluminação Pública, Serviços Assistencialistas Sociais, Serviços Postais, Serviços Bancários, Serviços de Moradia etc.
Moderado	Organização de Trânsito, Serviços de Urbanização, Serviços de fomento ao desenvolvimento econômico de diversos setores.
Intenso	Serviços de Saúde, Educação, Segurança, Comunicação e Tecnologia, Meio Ambiente, Transportes e Limpeza.

Fonte: Adaptado Osborne, Radnor e Strokosh (2016, p.9)

Pela forte participação econômica do turismo no cotidiano da localidade e a necessidade de investimento em serviços públicos essenciais para o seu desenvolvimento, o turismo tem uma repercussão positiva ou negativa no desenvolvimento e modificação territorial (Jamshidi; Barakpur; Kalantari, 2018).

A atividade turística precisa dos serviços públicos essenciais para seu desenvolvimento. Os serviços públicos essenciais à população e os serviços voltados ao turismo são codependentes. Para Yázigi:

Se uma cidade tem que possuir toda infraestrutura indispensável a vida, com muito mais forte razão, o lugar turístico deve não só suprir suas necessidades, como ainda dispor de reservas para atender a sazonalidade. Não basta que serviços públicos existam: é preciso que sejam de qualidade (YÁZIGI, 2009, p. 90).

A forte relação entre o turismo e a infraestrutura das localidades demanda um processo eficiente de desenvolvimento de políticas públicas que resultem em serviços públicos de qualidade. Com esses aspectos, a formulação de serviços

públicos irá requerer uma articulação com diversos segmentos públicos e sociais. Torna-se necessário um planejamento turístico integrado com diferentes setores privados e, da administração pública, uma governança em rede (Jamshidi; Barakpur; Kalantari, 2018).

A importância de um desenvolvimento de forma integrada dos serviços públicos entre administração pública e os *stakeholders* do setor turístico pode resultar em impactos negativos na localidade, tanto para a população local quanto para os turistas que a visitam. Uma consequência mais negativa seria colocar os dois grupos, turistas e população local, em posição de antagonismo (Silva; Araújo, 2013).

Os turistas possuem um papel transitório em um destino, mas participam na utilização de serviços públicos com a população. Se o local não possuir uma estrutura para atender ambas as demandas, uma grande pressão será colocada nos serviços públicos. Esta pressão poderá resultar em um posicionamento de incompatibilidade entre habitantes do destino e turistas quando precisam disputar pela utilização dos mesmos serviços (Wei *et al.*, 2020).

Da mesma forma, quando participam de forma separada, na construção de serviços públicos, seus interesses podem atuar de forma conflituosa, sem a necessária mediação e equilíbrio. A harmonia de interesses deve ter como base o incentivo na interação entre turistas e anfitriões. Para Pizam, Uriely e Reichel (2000), quanto mais os visitantes interagem com os anfitriões, mais satisfação eles obtêm na experiência de visita ao destino. Portanto, uma vez que os deveres e obrigações são fundidos na interação anfitrião-convidado, os interesses na prestação de serviços públicos serão harmoniosos.

Levando-se em consideração esses aspectos, a construção de serviços públicos deve ter a participação de diversos agentes de interesse nas questões a serem desenvolvidas. Para tanto, a administração pública deve comportar de forma eficiente este novo modelo integrativo.

Na próxima seção, as questões relacionadas às características que compõem o segmento de turismo específico urbano e a sua relação com os serviços públicos serão abordadas em maior profundidade.

2.3 Importância dos Serviços Públicos para o Turismo Urbano

O contexto que engloba a relação da exploração da atividade turística e a administração pública difere de localidade e modalidade do turismo explorado. Para Ashworth e Page (2011), o turismo urbano é uma forma extremamente importante e explorada em um mercado mundial de turismo, onde cidades competem para atrair receitas oriundas da exploração da atividade. Como campo de pesquisa, o turismo urbano é um campo tímido de produção de importantes trabalhos, carecendo da atenção de mais pesquisadores. Portanto, para os autores, apesar de sua importância, turismo urbano possui uma definição ainda em desenvolvimento e com os seus elementos e impactos ainda sem completo entendimento.

O atual desenvolvimento do campo de pesquisa e a ausência de trabalhos de grande relevância acadêmica se deve à dificuldade de encontrar uma definição simples para um fenômeno complexo. Para entender o turismo urbano é necessário que se tenha uma visão da multidisciplinaridade e da diversidade de elementos que compõem a relação entre turismo e cidades (Edwards; Griffin; *et al.*, 2008).

Esta pluralidade de agentes formadores do turismo urbano, distingue-o do turismo rural, de litoral, de campo ou qualquer outro termo que classifique o turismo de forma espacial. Igualmente, o turismo urbano não é como outras modalidades que envolvem uma motivação específica, como o turismo cultural, histórico, esportivo, gastronômico, entre outros. Portanto, entender o termo urbano do turismo urbano depende de um conhecimento prévio do contexto de cidades no qual o turismo está envolvido (Ashworth; Page, 2011).

O estudo de turismo sempre teve um viés rural, portanto, os pesquisadores demoraram para enxergar as cidades, não só como emissoras de turistas, mas como destinos turísticos. No início do século XX, os turistas de origem urbana buscavam lazer e descanso em cenários opostos às imagens que as cidades possuíam, de ambiente industrial e comercial. A mudança de percepção das cidades como destino turístico começa a ficar mais evidente a partir das décadas de 1960 e 1970. Uma nova abordagem à forma em que as cidades são utilizadas surgiu, um modelo onde os centros urbanos passaram a ser pensados e vendidos como destino turísticos (Costa; Albuquerque, 2017).

O crescimento populacional e o processo de urbanização das cidades também têm influenciado fortemente o desenvolvimento do turismo urbano. Segundo as Nações Unidas, o processo de concentração da população mundial em grandes centros urbanos continua e continuará crescendo. Segundo a estimativa do órgão, em 2030, cerca de 61% da população mundial residirá em cidades. O turismo urbano em uma realidade como essa terá uma grande importância na economia mundial e local (Smith, 2006).

Este crescimento tem como uma de suas forças motrizes a globalização que causou grandes mudanças nas características urbanas das cidades e no turismo urbano. O contínuo fomento ao desenvolvimento econômico nos centros urbanos teve como consequência o surgimento de grandes cidades mundiais, como polos econômicos, educacionais e de conhecimentos técnicos. Este crescimento acompanhou as mudanças de perfil na administração pública que através de várias reformas resultou em uma abordagem de gestão voltada para gerenciamento empresarial dos seus serviços e espaços urbanos (Pearce, 2001).

O turismo urbano passou a ser analisado e explorado como consequência da observação direta da demanda de viagens entre os centros urbanos. Para Ashworth e Page (2011), com o desenvolvimento dos meios de comunicação e das formas de transporte entre localidades surgiu uma maior demanda e acesso às cidades. Segundo os autores, a população mundial viaja muito mais na atualidade e não apenas para o turismo. Em cada viagem, os centros urbanos e seus serviços são demandados mesmo por visitantes que não têm como objetivo principal o turismo urbano, mas irão, inevitavelmente, passar algum tempo em cidades.

Portanto, os turistas visitam as cidades por muitos propósitos distintos como visita a familiares, consultas técnicas, acesso a grandes eventos culturais, artísticos, educacionais, profissionais ou até como passagem para um outro destino turístico. Com a centralização de investimentos econômicos, estruturais, educacionais, profissionais e a concentração da população, as cidades se tornaram grandes entidades multifuncionais em que os turistas utilizam de forma conjunta com a população residente os serviços públicos necessários para satisfação dos seus propósitos. Embora muitos dos serviços públicos e privados ofertados pelas cidades não tenham sido planejados e desenvolvidos para os

turistas urbanos, os grandes centros urbanos podem absorver esses turistas que se tornam participantes usuários dos serviços e contribuintes economicamente para o contínuo desenvolvimento da cidade (Ashworth; Page, 2011; Henriques, 2003).

Devido à grande contribuição econômica que o turismo urbano pode trazer às cidades, muitos destinos buscam incentivar o desenvolvimento desta atividade como forma de gerar empregos e aumento de receitas fiscais. Porém, para este segmento de turismo, as cidades cujas economias são mais dependentes do turismo urbano são menos beneficiadas com o turismo do que os grandes centros urbanos que não dependem deste segmento. Uma das razões se deve ao fato da rica diversidade de segmentos econômicos atuantes nas grandes cidades, onde o turismo urbano é apenas mais um desses segmentos. Por conseguinte, é devido à grande e variada base econômica dos grandes centros urbanos que faz com que esses destinos se beneficiem do turismo com maior intensidade, embora sejam menos dependentes dele (Ashworth; Page, 2011; Smith, 2006; Violier; Martín, 2007).

Para a arrecadação pública, a receita oriunda do turismo urbano é significativa mesmo para as grandes cidades. Segundo relatório do Observatório do Turismo de São Paulo (2021), as receitas oriundas do ISS (Imposto Sobre Serviços) do grupo 13, que considera os impostos e tributos pagos por empresas do setor de turismo, hotelaria, eventos e assemelhados, teve nos três primeiros meses de 2020 (pré-pandêmico) uma média de arrecadação mensal de R\$ 33.235.440,48. Embora, os turistas urbanos sejam grandes geradores de arrecadação de impostos e façam o uso intensivo de muitas instalações urbanas e de serviços públicos e privados, pouco das cidades foi criado especificamente para uso turístico (Violier; Martín, 2007).

Para Milano, Cheer e Novelli (2019), o turismo urbano nas cidades provoca assimetrias de relacionamento e pontos que devem ser debatidos por pesquisadores e gestores. Existe uma importância latente do turismo urbano para as cidades, porém os grandes destinos urbanos carecem de estruturas apropriadas para absorver os turistas urbanos que compartilham as disfunções dos serviços públicos prestados à população. Esse aumento de demanda por parte de novos usuários gera um estresse maior nos serviços públicos e reflete na percepção negativa que os residentes dos centros urbanos podem possuir

em relação aos turistas, uma vez que os serviços não foram desenvolvidos com a intenção de absorção dos turistas, isso aconteceu como consequência.

O sucesso de um destino turístico urbano depende diretamente da qualidade dos serviços públicos e privados ofertados e a avaliação da qualidade desses serviços possui uma ligação direta com o perfil de comportamento dos turistas urbanos. Muitos estudos apontam para diversos tipos de perfis de visitantes em vários destinos turísticos urbanos, porém certos comportamentos se destacam em vários estudos de perfil que Ashworth e Page (2011) e Pearce (2005) destacam:

- Seletividade - O turista urbano limita suas experiências devido às suas limitações financeiras ou de tempo. Portanto, dispõe apenas de uma pequena parte de tudo o que a cidade tem para oferecer.
- Rapidez – Os turistas passam pouco tempo nos destinos. Os grandes centros urbanos, possuem naturalmente uma estrutura de alta movimentação de pessoas e de necessidade de disponibilidade de serviços rápidos e constantes. O tempo de permanência em qualquer destino de turismo urbano é muito mais curto do que em outros segmentos de turismo, passando em média no máximo três dias em cada destino.
- Repetição - Turistas urbanos são menos prováveis do que os visitantes de destinos não urbanos de retornar ao mesmo destino. O paradoxo é que quanto mais única a atração urbana, menos é provável que a visita se repita. Turismo urbano é um capricho.
- Capricho - O turismo urbano é especialmente vulnerável às mudanças na moda e nos gostos das pessoas e estilos de vida. A visitação aos atrativos de turismo urbano é uma atividade essencialmente de modismo.
- Maiores Gastos – Os turistas urbanos gastam mais recursos durante sua estadia do que os turistas de outros segmentos.

Para os destinos urbanos, este perfil de turistas representa um estímulo e um desafio, visto que o turista urbano gasta mais nos destinos, promovendo renda e arrecadação do que o turista de resort, por exemplo. Porém, ele é mais difícil de atrair e convencer de voltar ao destino. Neste aspecto, as cidades precisam de estratégias condizentes e estrutura para acolhimento dos turistas que fomentem os vetores de maior gasto e retorno ao destino (Violier; Martín, 2007).

Devido às especificidades do turista urbano e sua importância no contexto econômico das cidades, os gestores públicos precisam adotar estratégias de inovação constante e de qualidade na prestação de serviços públicos e privados para atrair constantemente os turistas urbanos. Ao observar a divisão do espaço urbano e dos serviços públicos entre a população residente e o turista urbano, os gestores públicos tendem a levar em consideração no planejamento de políticas públicas apenas os residentes, embora os turistas urbanos também participem da dinâmica cotidiana nas cidades (Milano; Cheer; Novelli, 2019).

A importância econômica dos turistas urbanos é um fator para as cidades buscarem constante estabelecimento dentro deste mercado. Contudo, não existe uma cidade exclusivamente voltada para o turismo urbano. Todas as cidades são multifuncionais e precisam ser dotadas de várias funções, estruturas e serviços em sociedade para serem caracterizadas como cidades. Desta maneira, a cidade precisa do turismo urbano e o turismo urbano precisa da diversidade dos elementos que compõem uma cidade para existir. Os residentes e os turistas urbanos são usuários distintos, porém com a mesma necessidade de qualidade na prestação dos serviços onde exista uma congruência no cotidiano das suas atividades (Ashworth; Page, 2011; Edwards *et al*, 2008; Milano; Cheer; Novelli, 2019; Smith, 2006; Violier; Martín, 2007).

Portanto, será necessário para a administração pública municipal adotar uma forma de gestão e construção de políticas públicas, principalmente as ações com impacto nos espaços e serviços ofertados dentro do contexto urbano. A Nova Governança Pública, um modelo de gestão que envolve a cocriação de políticas e serviços pode ser uma opção que se adapte melhor às necessidades de acomodação de diferentes interesses no uso de serviços públicos.

Na próxima seção, as questões relacionadas às características de gestão da Nova Governança Pública serão analisadas em termos de aplicabilidade no desenvolvimento do ramo de turismo para o fomento de serviços públicos.

2.4 Nova Governança Pública no segmento Turístico

A construção de políticas públicas para o setor turístico no Brasil segue uma vocação política normativa, que faz do planejamento estratégico do turismo um processo burocrático centrado em metas e objetivos. Com a criação do Ministério do Turismo, em 2003, desenvolveu-se um sistema focado e centralizado de formação de ações voltadas para o desenvolvimento do turismo no Brasil (Beni, 2006).

Este sistema pouco evoluiu na sua forma de desenvolvimento de ações e políticas para o turismo. Para Araújo, Cândido e Krott (2017):

As políticas públicas de turismo no Brasil estruturam-se com base em uma perspectiva economicista e normativa. Economicista, uma vez que as iniciativas de organização da atividade estruturaram-se com base em seus benefícios econômicos. E normativa, na medida em que a organização da atividade turística é influenciada por sistemas de organização dos setores que a compõem. Exceções à regra baseadas na participação social, como o turismo de base comunitária, por exemplo, raramente são implementadas com sucesso (ARAÚJO; CÂNDIDO; KROTT, 2017, p. 151).

A NGP tem como princípio, a construção de políticas públicas em parceria com os principais *stakeholders* da área de interesse. Este aspecto tem um reflexo nos serviços públicos quando é planejado, implementado e controlado juntamente com as partes interessadas nos serviços. Contudo, em termos conceituais e na sua aplicação, a NGP é um processo ainda em desenvolvimento (Mediotte; Emmendoerfer; Oliveira, 2020).

A participação nos diversos níveis da construção de serviços públicos requer um nível de intermediação e integração entre os agentes interessados. A cocriação de serviços públicos demandará um desenvolvimento da Governança em Rede e uma gestão pública participativa. Um processo que demonstra ser um desafio em cenários onde o planejamento é deficitário (Silva; De Araújo, 2013).

Para Mediotte, Emmendoerfer e Oliveira (2020), tal forma de planejamento estratégico no turismo no Brasil ainda é uma área que necessita

de evolução, uma vez que existe uma participação, por parte de turistas, escassa no processo decisório de políticas públicas. Sem essa cooperação entre os *stakeholders*, a NGP fica impossibilitada de desenvolver ações que possam fomentar o turismo nacional.

A perspectiva da gestão pública em relação à população e aos turistas na Nova Gestão Pública é a de um Estado voltado ao mercado, com a administração pública prestadora de serviços públicos e os demais agentes como clientes nessa relação. Com o advento da Nova Governança Pública, a população e os turistas são participantes de forma cooperativa e engajadora, por meio da construção, monitoramento dos serviços, cobrança e participação nos resultados dos serviços públicos essenciais e turísticos (Mediotte; Emmendoerfer; Oliveira, 2020).

A mudança na visão passiva da população, como clientes a serem atendidos, para cocriadores de serviços públicos, traz para o segmento do turismo maior ênfase na ampliação do papel dos turistas. A coprodução acarreta a maior importância do desempenho dos visitantes, fazendo com que realizem um papel ativo na produção de bens, serviços públicos e turísticos de consequência para eles. Para a população residente dos destinos turísticos, a Nova Governança Pública possibilita um desenvolvimento do turismo mais sustentável, devido à implementação de fatores limitadores de crescimento desordenado que a população pode concretizar ao fazer parte da construção dos serviços públicos oferecidos (Trentin, 2016).

Sob o posicionamento dos visitantes, a Nova Governança Pública proporciona a construção de indicadores e formas dinâmicas de integração, viabilizando a participação dos turistas no desenho de serviços públicos que irão impactar tanto a população residente quanto a qualidade dos serviços turísticos (infraestrutura turística) prestados. Este processo fomentador da Nova Governança Pública no turismo (Governança no Turismo) traz como resultados uma maior confiabilidade e legitimidade na formulação de políticas públicas e principalmente na resolução de problemas oriundos da exploração desordenada do turismo (Tamazzoni, 2007; Trentin, 2016).

A Governança no Turismo, relacionada aos conceitos da Nova Governança Pública e o Governo em Rede, constrói uma nova forma de exercer a cidadania por meio da construção de serviços públicos implementando

processos de tomada de decisão coletivamente. Quando existe uma ampliação da participação popular no desenvolvimento de serviços públicos com a inclusão de pessoas que não residem na localidade, novas experiências podem ser formadas. Este fato pode ocasionar um enriquecimento de processos e propostas de soluções inovativas sob a percepção de agentes com níveis de aprendizado e experiências diferentes (González, 2014).

Devido à pluralidade de agentes e influenciadores da atividade do turismo, o processo de desenvolvimento de serviços públicos pode ser beneficiado de acordo com o entendimento e experiência que cada parte interessada possui na construção dos serviços. Os exemplos de *stakeholders* envolvidos no desenvolvimento da atividade turística estão descritos no Quadro 6.

Quadro 6 - Stakeholders Atividade Turística

Agentes de Interesse	Definição	Exemplo
Políticos	Agentes políticos eleitos democraticamente para exercer mandatos e tomar decisões.	Cargos eletivos do Poder executivo e legislativo (Prefeitos, vereadores, governadores, deputados, senadores etc.)
Administradores Públicos	Agentes políticos e públicos, nomeados ou servidores efetivos que exercem o cotidiano da administração pública brasileira em suas esferas e poderes.	Secretários de governo, diretores de instituições públicas, administradores e técnicos de diversos órgãos ou civis exercendo atividades públicas.
Administração turística	Administração pública voltada para gestão da atividade turística.	Departamento de turismo, escritório de turismo, diretório de turismo.
Conselhos	Organizações público-privadas constituídas por agentes focados em desenvolvimento de algum aspecto da sociedade.	Conselho de turismo, conselho de moradores de localidade, conselho de controle público, conselho de meio ambiente etc.
Associações	Organizações civis com objetivo de defender interesses do grupo que representam.	associação de hotéis, associação de moradores, associação de meio ambiente etc.
Empreendedor turístico	Toda pessoa física ou jurídica que explora a atividade do turismo com fins lucrativos.	Hotéis, restaurantes, agências, empresas de aluguel de carros, comércios etc.
Instituição de pesquisa	Agentes fomentadores da ciência mediante pesquisas e estudos sobre diversos temas.	Faculdades, Universidades, centros de pesquisas etc.
Turista	Agente que influencia os aspectos econômicos e sociais de uma comunidade ao realizar visitação das localidades.	Turistas em geral e proprietários de segunda residência.

Fonte: Adaptado a partir de Araújo, Cândido e Krott (2017)

Embora a relação apresentada no Quadro 6 não seja taxativa, contempla os principais *stakeholders* no turismo. Em sua complexa amplitude, os agentes políticos e a administração pública estão em um extremo oposto ao turista. A população local está inserida em quase todos os agentes, uma vez que podem atuar em diversas funções (Mediotte; Emmendoerfer; Oliveira, 2020).

A organização desses diversos agentes voltados para cooperação deve ser intermediada pela administração pública, que ordenará todos os níveis e formas de participação opinativas e informativas para servir como base para construção de políticas públicas e serviços. A cocriação de serviços públicos envolve uma participação profunda e ativa nas decisões que criam, mudam e extinguem um serviço público (Araújo; Cândido; Krott, 2017).

Portanto, a Nova Governança Pública irá exigir da administração pública uma atuação evolutiva como a estratégia da Governança em Rede para uma atuação conjunta entre administração pública, população local e visitantes. Seja de uma forma positiva ou negativa, a exploração do turismo traz impactos diretos e indiretos nos serviços públicos essenciais (Trentin, 2016).

Para absorver tais impactos e ao mesmo tempo possuir uma estrutura turística que possa receber os visitantes com qualidade, faz-se necessário que a Nova Governança Pública (ou Governança no Turismo) adote os princípios da cocriação no planejamento e execução dos serviços públicos essenciais e serviços públicos voltados ao turismo. Esta estratégia deve ser direcionada principalmente àqueles serviços públicos que têm maior impacto na infraestrutura e exploração do turismo (Silva; Araújo, 2013).

Os principais conceitos atrelados à cocriação como fator participativo e inclusivo no processo decisório serão apresentados e descritos na próxima seção.

2.5 Cocriação de Serviços Públicos e o Impacto no Turismo

A visão da Nova Gestão Pública, voltada para o cidadão desenvolveu uma percepção que trazia os serviços públicos como uma obrigação de fornecimento pelo governo local. Mas, desde a introdução da Nova Governança Pública, uma nova lógica é fomentada, a administração pública deve envolver e reconhecer o

ambiente dos *stakeholders* como uma forma de acomodação de diversas realidades na prestação dos serviços públicos (Denhart; Denhart, 2011).

A coprodução de serviços públicos pode ser entendida como a criação de forma conjunta de serviços que sejam de interesse de um público. A integração dos agentes interessados no serviço deve ser mediada pela administração pública para que exista a participação ativa desde os primeiros estágios da criação (González, 2014).

Os princípios norteadores da coprodução de serviços públicos podem ser identificados na essência do planejamento estratégico de marketing das empresas, atender à demanda requer uma participação no desenvolvimento de produtos do público que tem interesse. As metodologias típicas de coleta de informação no desenvolvimento de produtos e serviços no marketing como *focus groups*, formaram o ideal para o modelo de cocriação de serviços públicos. Analisar os procedimentos dessa metodologia, aplicada pelo marketing desde meados da década de 1950, serve para melhor compreensão dos processos necessários para sua implementação (Saraceni, 2015).

Com o mesmo propósito, a criação de serviços públicos tem como objetivo agregar valor ao serviço prestado e aumentar a satisfação daqueles que são impactados. Porém, no processo de participação ativa entre diversos agentes de interesse, a experiência de cocriação irá depender de grupos e indivíduos com seus próprios interesses. A singularidade de cada pessoa afeta o processo de cocriação, estando, portanto, diretamente ligada à customização de serviços. Sob estes aspectos, os interesses em várias ocasiões podem ser conflitantes. Conseqüentemente, o papel da administração pública deve ser de intermediação, buscando atender às demandas, com o foco sempre no princípio constitucional de supremacia do interesse público sempre quando visões antagônicas surgem (Soares; Azevedo, 2020).

A gestão de possíveis conflitos de interesse não é o único obstáculo para o bom funcionamento do processo de cocriação. A construção de políticas públicas envolve um arcabouço de conhecimentos específicos que podem não ser compreendidos por agentes envolvidos em metodologias cocriativas de serviços públicos, o que pode ocasionar um retardo no processo ou resultados ineficazes. Os processos que visem propagar maior participação dos stakeholders no processo de desenvolvimento de serviços públicos podem

aumentar de forma intensa os custos envolvidos no método. Intermediar os grupos interessados pode levar tempo e recursos gastos em reuniões e encontros para tomada de decisões (Saraceni, 2015).

Um outro desafio que pode ocorrer encontra-se na tentativa da acomodação de vontades de grupos específicos. Diferentemente dos princípios participativos democráticos, os princípios que norteiam um processo de customização vão de encontro à essência de uma administração verdadeiramente pública, voltados para os interesses gerais da população ao invés de interesses específicos. Portanto, a cocriação de políticas públicas e serviços públicos podem agregar valor a uma localidade, porém deve ser feita com muito preparo para que os resultados sejam satisfatórios. Os casos de fracasso na implementação de cocriação não se devem à metodologia em si, mas sim à ausência de preparo daqueles responsáveis para gerir todo o processo (Soares; Azevedo, 2020).

Sem um bom sistema de serviços públicos de uma cidade, toda a infraestrutura dos serviços voltados para o turismo entra em colapso. Existe uma forte dependência da qualidade do destino turístico a um somatório de serviços públicos essenciais à população. Sem investimento em educação, não há qualificação de mão de obra, sem segurança, gestão de trânsito, transportes públicos, sistema de coleta de lixo, esgoto e saúde, não há capacidade para as localidades exercerem seu potencial turístico. O turismo precisa de infraestrutura para ser desenvolvido de forma sustentável. Porém, os modelos de participação dos visitantes no desenvolvimento de serviços estão limitados ao levantamento de dados opinativos, restritos aos serviços público-privados voltados para o turismo, hospedagem, conservação de atrações, alimentação e comércio (Tamazzoni, 2007; Ignarra, 2013; Gonzáles, 2014; Saraceni, 2015; Trentin, 2016; Soares; Azevedo, 2020).

A participação de turistas de forma exclusiva na construção de serviços turísticos pode fornecer uma visão incompleta das reais necessidades da localidade para o seu correto desenvolvimento. Em muitas ocasiões esta visão defasada do cotidiano dos destinos turísticos pode influenciar um conflito de interesses entre a população e os turistas. Ao atender apenas às necessidades de estruturação dos serviços voltados ao turismo pela percepção dos visitantes, a administração pública pode contribuir nos impactos negativos da exploração

de turismo desordenado, como especulação imobiliária, poluição, escassez de recursos, aumento de custo de vida para a população, descaracterização da cultura local entre várias outras consequências. Contudo, quando os turistas usam o seu poder de influência econômica para investir e participar na construção de serviços públicos que beneficiam diretamente a população do local visitado, a infraestrutura turística público-privada desenvolve-se, por consequência, gerando bem-estar social (Araújo; Cândido; Krott, 2017; Mediotte; Emmendoerfer; Oliveira, 2020).

O próximo capítulo abordará os procedimentos metodológicos necessários para execução do presente trabalho.

3. METODOLOGIA

Para formulação de um trabalho de pesquisa não há um método único a ser seguido ou considerado o melhor para todos. Segundo Gil (2008), é necessário apenas que este esteja coerente com o problema e objetivos traçados pelo pesquisador. Nesta seção do presente trabalho será abordada a metodologia de acordo com a classificação quanto aos objetivos, à natureza, ao objeto e à técnica de coleta de dados.

3.1 Classificação da Pesquisa Quanto ao seu Objetivo

Este estudo teve sua metodologia traçada por aspectos de classificação exploratória devido às limitações de estudos elaborados com objetivos e metodologia relacionados aos serviços públicos.

A pesquisa também tem o seu aspecto descritivo por buscar construir um modelo estrutural por meio da utilização da estatística multivariada para descrever aspectos de um fenômeno cotidiano e sua população pesquisada (Gil, 2008).

A abordagem descritiva de análise de dados consistiu na aplicação de testes estatísticos descritivos e inferenciais, tais como a análise fatorial e regressão linear múltipla presentes na modelagem de equações estruturais. Estes testes foram realizados com o objetivo de identificar e discutir os fatores que influenciam as variáveis de avaliação dos serviços públicos e a variável de indicação ao destino visitado (Hair *et al.*, 2009).

3.2 Classificação da Pesquisa Quanto à sua Natureza

A abordagem quantitativa neste trabalho possibilitou um estudo objetivo e uma análise direta das relações entre as variáveis de pesquisa. Nesta perspectiva, a presente pesquisa utilizou o método de análise estatístico multivariado, com o enfoque da técnica de modelagem de equações estruturais no tratamento dos dados, caracterizando o modelo de multigrupos baseado em mínimos quadrados parciais. Este método permitiu ao pesquisador verificar possíveis correlações, agrupamentos e coeficientes explicativos entre as variáveis em um único modelo estatístico (Hair *et al.*, 2009).

3.3 Classificação quanto ao Processo de Amostragem

O conceito de uma população e amostra em uma pesquisa pode ser definido como o agrupamento de pessoas que estão sujeitas a um único aspecto, sujeitas a uma característica. Uma população em uma pesquisa pode ser definida como o conjunto de elementos que possuem uma característica em comum, que podem ser estudados para se obter informações e estabelecer relações sobre o assunto em questão. A amostra de uma pesquisa compõe a população, que possui as características necessárias para serem estudadas. (Aaker; Kumar; Day, 2004).

Para Cooper e Schindler (2003), a amostragem é um controle de análise onde um grupo é retirado de um universo como forma de representação de um todo, possibilitando uma análise com foco generalizante em relação ao universo estudado. A amostragem é também uma ferramenta importante para obter insights sobre os dados e avaliar a confiabilidade das informações. A partir de uma amostra, é possível testar as hipóteses e identificar padrões ocultos ou tendências que podem ser usadas para tomar decisões.

O processo de escolha da amostra de uma pesquisa pode ser realizado de diversas formas: amostragem aleatória, amostragem sistemática, amostragem estratificada, amostragem por conglomerados e amostragem por conveniência. Cada uma dessas técnicas possui características próprias e pode ser usada de acordo com o objetivo da pesquisa (Gil, 2008).

De acordo com o objetivo da pesquisa, o recorte geográfico foi escolhido pelo processo de amostragem por conveniência, limitado aos visitantes da cidade do Recife, devido à ampla oferta de atrativos turísticos, quantidade de turistas recebidos anualmente, proximidade territorial ao pesquisador e a maior amplitude de serviços públicos ofertados no local em comparação a destinos localizados em menores regiões demográficas e econômicas.

A amostra desta pesquisa foi composta por turistas presentes nos seguintes locais da cidade de Recife:

- Paço do Frevo
- Centro Cultural Cais do Sertão
- Praça Marco Zero
- Rua Bom Jesus
- Casa da Cultura
- Pátio São Pedro
- Orla da Praia de Boa Viagem e Pina
- Oficina de Cerâmica Francisco Brennand
- Aeroporto Internacional de Recife/Guararapes

Segundo dados publicados pela Empresa de Turismo de Pernambuco - EMPETUR (2020), em 2019, a cidade do Recife recebeu cerca de 2,7 milhões de visitantes. Portanto, para esta pesquisa a população de pesquisa, em sua totalidade, foi o número de visitantes divulgados em 2019 antes da pandemia da Covid19.

Existem vários fatores que podem limitar uma pesquisa fruto de um projeto acadêmico, como custo e tempo. Tais aspectos resultaram em dificuldades em obter informações abrangendo todo o universo de visitantes na cidade do Recife. Por isso, tornou-se indispensável o desenvolvimento de pesquisa com apenas parte dos elementos que formam o universo, a amostra (Richardson, 2008).

O cálculo amostral foi desenvolvido como um modelo matemático e estatístico que tem como principal função, o fornecimento da quantidade de casos necessários para o pesquisador obter a confiabilidade nos resultados de pesquisa. A sua utilização possibilitou o conhecimento do número necessário

de pessoas em uma população que resultou em representações fidedignas em uma pesquisa quantitativa. Para tanto, utilizou-se de fatores de confiabilidade como margem de erro amostral que aponta o percentual utilizado na variação dos resultados da pesquisa (Hair *et al.*, 2009).

Para as ciências sociais aplicadas, área deste estudo, o índice de 5% é o mais adequado e utilizado como fator de variação. A distribuição da população e o nível de confiança são outros aspectos que devem ser levados em consideração na determinação do tamanho de uma amostra. A distribuição da população reflete a característica de homogeneidade da população. Quanto menos variações existir na população, a amostragem necessária para a pesquisa será menor. O nível de confiança demonstra a probabilidade de os resultados refletirem as opiniões de toda a população (Hair *et al.*, 2009).

Para a determinação da amostra desta pesquisa, foram levadas em consideração as seguintes configurações:

- n_0 = tamanho estimado para a amostra
- Z = valor da função de distribuição normal para o nível de confiança desejado
- P = frequência populacional estipulada
- E = margem de erro adotada

As características da amostra de pesquisa utilizadas no cálculo amostral foram:

- População: 2.7 milhões de visitantes em 2019 no destino Recife (período anterior à pandemia covid19);
- Erro amostral: 3,6%
- Níveis de Confiança: 95%
- Distribuição da População: Heterogênea (diversificada)

Levando em consideração os parâmetros escolhidos para a amostragem, foram estimados 741 casos. A literatura acadêmica aponta que para populações acima de 100.000 casos, utilizando erro amostral de 5%, os resultados se tornam repetitivos e confiáveis após 384 casos (Becker, 2015; Hair *et al.*, 2009, Morettin; Bussab, 2017).

Devido à característica da heterogeneidade da distribuição da população, a técnica de amostragem para escolha dos casos foi não-probabilística por conveniência incluindo os turistas nos locais de visitação com as devidas limitações:

- Os respondentes precisavam ser maiores de 18 anos – independente do sexo e de outros fatores.

A idade mínima foi relacionada de acordo com a faixa etária estipulada pelas Diretrizes e Bases da Educação da Lei nº 9.394 /96 como a idade mínima para o estudante concluir o ensino médio. Este critério se faz necessário para a correta compreensão das perguntas contidas no instrumento de coleta de dados e das informações requeridas e maior conhecimento em relação aos serviços presentes na localidade.

Outra limitação adotada para adoção da amostragem foi:

- Apenas visitantes que estiveram a mais de 48 horas na localidade.

Este critério se deve ao tempo mínimo de estada em uma localidade para observação da oferta e qualidade de alguns serviços ofertados pela localidade. Conforme a Pesquisa do Perfil do Turismo Receptivo no Recife, realizada em 2022 pela Secretaria de Turismo e Lazer de Pernambuco e a Empresa de Turismo de Pernambuco (2022) a média de permanência dos turistas no Recife foi de seis dias em 2022.

3.4 Classificação quanto à técnica de coleta de dados

Durante a coleta de dados, foi utilizado um questionário fechado com direcionamento opinativo em relação aos serviços ofertados. Segundo Cervo e Bervian (2002), o questionário é um instrumento de coleta de dados por onde o informante fornece as próprias respostas de acordo com perguntas apresentadas de forma fechada ou aberta.

O questionário utilizado contou com uma relação de diversos serviços públicos e serviços voltados ao turismo, escolhidos de acordo com a pesquisa bibliográfica. Para cada variável, os respondentes atribuíram uma nota de 1 – 10

conforme suas impressões, percepções e avaliação dos serviços. Ao final do questionário, o respondente contou com uma pergunta avaliativa com intuito de expressar a sua recomendar ou não recomendar o destino turístico a um amigo, parente ou conhecido. As perguntas e os autores que embasaram a elaboração do questionário são apresentados no Quadro 7. Conforme quadro abaixo:

Quadro 7 – Variáveis de Pesquisa

Variáveis	Autores
A localidade possui instalações suficientes para atendimento.	Yázigi (2009) Ignarra (2013) Osborne, Radnor e Strokosh (2016)
Os profissionais de saúde são competentes em seus atendimentos.	
O local possui equipamentos modernos para atendimento e conforto nas instalações.	
Os profissionais foram cordiais comigo durante o atendimento. (garçons, motoristas, guias, recepcionistas, camareiras etc.)	
O atendimento foi rápido e de boa qualidade. (garçons, motoristas, guias, recepcionistas, camareiras etc.)	
Os profissionais aparentaram ter bom conhecimento nas suas respectivas áreas de atuação.	Yázigi (2009) Ignarra (2013) Osborne, Radnor e Strokosh (2016)
Senti satisfeito com o nível de qualificação dos profissionais com quem tive contato.	
Os locais onde estive apresentaram fornecimento adequado de água.	
As ruas até as localidades onde estive estavam em bom estado e asfaltadas.	
Os locais onde estive eram limpos.	
No, geral estou satisfeito(a) com a limpeza da cidade.	Yázigi (2009) Ignarra (2013) Osborne, Radnor e Strokosh (2016)
O transporte público foi de fácil uso.	
Os ônibus, taxi e carros de aplicativo que utilizei foram confortáveis e limpos.	
O tempo de espera pelo transporte foi adequado.	
Os meios de transporte utilizados foram pontuais.	
Estou satisfeito(a) com o serviço de transporte público na localidade.	
O local apresenta boas condições de ruas e estradas.	

Os agentes responsáveis por organizar o trânsito ajudaram no fluxo de carros e motos.	
A localidade apresenta faixas de pedestres e boa sinalização urbana.	
O trânsito foi fluido, apresentando pouco tempo de espera.	Yázigi (2009) Ignarra (2013)
Posso dizer que estou satisfeito(a) com o serviço de organização do trânsito da localidade.	
Pude identificar na localidade Postos de Informações Turísticas.	
A localidade possui boa sinalização turística.	
Eu tive acesso durante a minha estadia a Mapas e Guias de boa qualidade.	
Estou satisfeito(a) com o oferecimento de informações na cidade.	Araújo, Cândido e Krott (2017); Mediotte; Emmendoerfer; Oliveira (2020)
Percebi boa quantidade de policiais e delegacias na localidade.	
Senti-me seguro ao andar pela cidade.	
Percebi uma boa infraestrutura da polícia na cidade.	
Avalio o município com uma boa atuação na área de segurança pública.	
Durante a minha estadia percebi uma boa cobertura de telefonia e internet.	
Durante a minha estadia percebi presença de árvores e boa arborização na cidade.	
Percebi, durante a minha estadia, baixo nível de poluição na cidade.	Yázigi (2009) Ignarra (2013) Araújo, Cândido e Krott (2017); Mediotte; Emmendoerfer; Oliveira (2020)
Estou satisfeito(a) com o Atendimento de hotéis na cidade.	
Estou satisfeito(a) com a quantidade de hotéis.	
Estou satisfeito(a) com o Atendimento de bares, restaurantes.	
Estou satisfeito(a) com a Oferta de Locadoras de Veículos.	
Estou satisfeito(a) com as Opções de diversão noturna.	
Estou satisfeito(a) com as Opções de Comércio de souvenirs e artesanatos na cidade.	
Estou satisfeito(a) com os atrativos turísticos visitados na cidade.	

Expresse a sua disposição em recomendar ou não recomendar a cidade de Recife a um amigo ou conhecido.

Fonte: Yázigi (2009); Ignarra (2013); Araújo, Cândido e Krott (2017); Mediotte; Emmendoerfer; Oliveira (2020).

Além das variáveis abordadas no quadro 7, coletou-se dados sociodemográficos como idade, sexo, escolaridade, município de residência e motivo de viagem ao destino.

3.5 Classificação da Pesquisa Quanto à técnica de Análise

A coleta dos questionários foi realizada entre os meses de dezembro de 2022 e março de 2023 e foram entrevistados 840 turistas. Do total, 770 questionários foram considerados válidos para o desenvolvimento das técnicas de análise de estatística bivariada e multivariada:

- Teste de correlação e associação para avaliação de possíveis comportamentos uniformes entre diferentes variáveis;
- Análise fatorial exploratória para análise de agrupamento e possível redução de construtos formados pelas variáveis;
- Técnica de modelagem de equações estruturais para análise de correlações.

As técnicas bivariadas e multivariadas são importantes instrumentos na geração de conhecimento mediante análise de múltiplas medidas sobre indivíduos ou objetos sob investigação. Entre estas técnicas bivariadas, a análise de correlação tem objetivo de identificar correlação entre variáveis. Segundo Hair *et al.* (2009), a análise de correlação de Pearson e Spearman, são duas técnicas que buscam descrever a relação entre as variáveis paramétricas (Pearson) e não-paramétricas (Spearman) através de uma função monotética (Gujerati; Porter, 2011).

Os testes de correlação de Pearson e Spearman examinam se o valor de uma variável aumenta ou diminui de acordo com o valor da outra variável. Como parâmetros para análise de dados, o coeficiente os testes de correlação calculam

um índice que varia de -1 a +1. Quanto mais próximo dos extremos (-1 ou 1), maior é a força da correlação. Os valores próximos a 0 implicam em correlações mais fracas ou inexistentes (Gujerati; Porter, 2011).

O teste de qui-quadrado obedece a uma metodologia estatística com objetivo de avaliar possíveis associações entre dados categóricos para avaliar o comportamento entre variáveis qualitativas. O teste pode obedecer a três tipos específicos de definição de técnica: teste de adequação de ajustamento, teste de aderência e teste de independência (Hair *et al*, 2009).

Para análise das variáveis nesta pesquisa, foi utilizado o teste de independência entre as variáveis. Segundo Chin (1998) para a aplicação da técnica, alguns pressupostos são necessários como:

- Exclusividade para variáveis nominais e categóricas;
- Observações independentes;
- Baixo número de observações;
- Ausência de dados *missing*.

A modelagem de equações estruturais é utilizada para analisar uma série de relações de dependência simultaneamente. A Modelagem de Equações Estruturais (SEM – *Structured Equation Modeling*) envolve vários modelos matemáticos e outras técnicas estatísticas para permitir análises entre variáveis que possam apontar aspectos não observáveis por meio de variáveis indicadoras medidas indiretamente (Hair *et al*, 2009).

Os métodos estatísticos escolhidos buscaram explicar as relações entre múltiplas variáveis escolhidas, neste caso: as avaliações dos serviços públicos, os dados sociodemográficos e a disposição de recomendação. Para esta pesquisa, devido ao seu caráter exploratório e a não adesão dos dados à curva de normalidade, foi utilizado o método de estimação de mínimos quadrados parciais (PLS) (Gujerati; Porter, 2011).

3.6 Cuidados Éticos da Pesquisa

Esta é uma pesquisa de levantamento de campo, com abordagem quantitativa e utilização de instrumento de coleta opinativo. A amostra utilizada

nesta pesquisa totalizou 770 casos que foram abordados aleatoriamente nos locais de atrativos turísticos. Em nenhum momento da coleta de dados houve identificação dos respondentes do questionário. O anonimato no questionário adotado impossibilitou ao pesquisador identificar o respondente do instrumento de coleta.

4 DISCUSSÃO E RESULTADOS

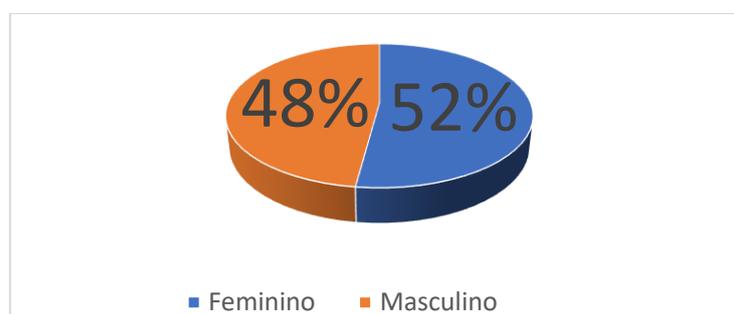
Nesta seção, os dados coletados são apresentados e analisados, em uma primeira fase utilizando a estatística descritiva e, em seguida, suas possíveis correlações. Para os dados sociodemográficos, as informações coletadas da amostra foram comparadas a dados de outras fontes fidedignas, com o intuito de maior aprofundamento na análise das características dos respondentes.

4.1 Dados descritivos sociodemográficos da amostra e análise

As variáveis sociodemográficas coletadas na pesquisa foram: sexo, idade, unidade da federação onde reside, escolaridade, motivo de viagem e meio de hospedagem utilizado.

Nos 770 casos coletados, a distribuição sociodemográfica da amostra para variável sexo demonstrou equilíbrio. Entre os respondentes, 52% foram do sexo feminino enquanto 48% do sexo masculino conforme dados demonstrados no Gráfico 1.

Gráfico 1: Variável Sexo



Fonte: dados de pesquisa (2023)

Conforme as informações sobre o perfil da população brasileira disponibilizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mediante o programa de Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad), em 2021, a população brasileira era composta por 48,9% de homens e

51,1% de mulheres. Portanto, sob análise geral, a distribuição dos respondentes na variável sexo da amostra de pesquisa está em acordo com o universo da população brasileira.

A variável idade demonstrou uma média de 42 anos entre os 770 respondentes. Conforme Tabela 1 demonstra, metade dos entrevistados está inserida nas faixas etárias de 28 a 37 anos e de 38 a 47 anos.

Tabela 1: Frequência da variável idade

Faixa Etária	Frequência	Frequência Relativa	Frequência Simples Acumulada	Frequência Relativa Acumulada
18-27	92	12%	92	12%
28-37	184	24%	276	36%
38-47	191	25%	467	61%
48-57	206	27%	673	87%
Acima 58	97	13%	770	100%
Total	770			

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Mediante análise da Tabela 1, é possível também identificar a presença de participantes na amostra coletada que podem ser classificados como População Economicamente Ativa (PEA). Esta classificação é adotada pelo IBGE para identificar a população com capacidade fisiológica para exercer ofícios no mercado de trabalho, independentemente de estar empregado. No Brasil, esta população possui idade entre 18 e 65 anos. Em relação aos dados do IBGE (2019), a média de idade da população brasileira era de 32,6 anos, logo, a média da amostra é 9,4 anos superior à média nacional.

Conforme pesquisa feita pelo Observatório de Turismo do Recife (em setembro de 2022) com amostra de 612 respondentes durante o evento da 49ª feira de exposição da Associação Brasileira de Agências de Viagens - ABAV EXPO, a média de idade dos visitantes foi de 41 anos. Portanto, a média de idade dos visitantes no município do Recife difere da média de idade nacional.

A terceira variável sociodemográfica pesquisada foi a de Unidade da Federação onde o respondente reside. Para a amostra pesquisada, conforme a Tabela 2 demonstra, a maioria dos visitantes reside nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Tabela 2: variável Estado de Residência

Estado	Percentual
São Paulo	26%
Rio de Janeiro	21%
Minas Gerais	15%
Pernambuco	8%
Bahia	4%
Brasília	4%
Paraíba	3%
Maranhão	3%
Alagoas	3%
Rio Grande do Sul	2%
Paraná	2%
Rio Grande do Norte	2%
Pará	2%
Espírito Santo	2%
Sergipe	1%
EUA	1%
Ceará	1%
Mato Grosso	1%
Total Geral	100%

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Embora as cinco regiões brasileiras tenham sido contempladas na amostra da pesquisa, a região Sudeste teve 64% dos entrevistados, enquanto o Nordeste teve 25% da amostra. De acordo com o Anuário Estatístico de 2021, produzido pelo Observatório do Turismo em Recife (2022) nos anos de 2019 a 2021, os meses de novembro, dezembro e janeiro, foram os meses com maior movimentação de passageiros no Aeroporto Internacional do Recife/Guararapes e maior ocupação hoteleira na região, motivo este que pode influenciar a maior participação de visitantes de origem da região do Sudeste.

Para a variável Escolaridade, conforme a Tabela 3 aponta, 61% dos visitantes entrevistados, responderam possuir ensino superior completo, enquanto 24% têm ensino médio completo. Com menor expressividade amostral, os respondentes com ensino fundamental completo perfizeram o total de 3%, e pós-graduação aproximadamente 11%.

Tabela 3: Variável Escolaridade

Escolaridade	Quantidade
Ensino Fundamental Completo	3%
Ensino Médio Completo	24%
Ensino Superior Completo	61%

Pós-graduação	12%
Total Geral	100%

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Estes dados demonstram congruência com os achados do Observatório de Turismo de Recife (2022), que apontou para uma participação de 85,8% de visitantes com ensino superior completo durante pesquisa realizada em setembro de 2022. Em relação ao motivo de visita ao destino turístico, mais da metade dos respondentes afirmaram viajar a passeio ou a trabalho/negócios, conforme demonstra a Tabela 4.

Tabela 4: Variável Motivo de Visita

Motivo	Quantidade
Passeio	36%
trabalho/negócios	29%
Congresso e Convenções	13%
Visita a Parentes e Amigos	12%
Saúde	5%
Religioso	4%
Total Geral	100%

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Segundo o anuário estatístico do Observatório de Turismo de Recife (2022), a principal motivação de visita dos turistas a Recife, em 2021 foi viagem a trabalho, visita a parentes e passeio. Portanto, os resultados encontram apoio em outras pesquisas de perfil de visitantes.

Para analisar o perfil sociodemográfico em maior profundidade, buscando uma possível relação as variáveis escolaridade e motivo de viagem foram comparadas. Conforme a Tabela 5 demonstra, entre os respondentes com ensino fundamental completo, o principal motivo de viagem foi “passeio”. Para os entrevistados que afirmaram possuir ensino médio completo houve um empate entre os motivos alegados “trabalho/negócios” e “passeio”.

Tabela 5: variáveis Escolaridade e Motivo de Viagem

Ensino Fundamental Completo	Percentual
trabalho/negócios	13%
Congresso e Convenções	4%
Passeio	42%
Religioso	8%
Saúde	8%

Visita a Parentes e Amigos	25%
Ensino Médio Completo	
trabalho/negócios	33%
Congresso e Convenções	14%
Passeio	31%
Religioso	5%
Saúde	5%
Visita a Parentes e Amigos	12%
Ensino Superior Completo	
trabalho/negócios	20%
Congresso e Convenções	10%
Passeio	48%
Religioso	3%
Saúde	6%
Visita a Parentes e Amigos	13%
Pós-graduação	
trabalho/negócios	41%
Congresso e Convenções	19%
Passeio	22%
Religioso	1%
Saúde	8%
Visita a Parentes e Amigos	9%
Total Geral	770 casos

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Para a faixa do ensino superior completo, 48% afirmaram visitar com o motivo “passeio” e para a faixa de pós-graduados, o principal motivo foi “trabalho/negócios”. Esta faixa também apresentou o maior percentual entre a amostra pesquisada para a opção “Congresso e Convenções” e o menor percentual para motivação “religioso” com apenas 1% do total dos respondentes com pós-graduação.

Foi realizado o teste de Kruskal-Wallis para as duas variáveis não-paramétricas Escolaridade e Motivo de Viagem com o objetivo de analisar em que medida o motivo de viagem escolhido era equivalente entre pessoas de diferentes níveis de escolaridade. Conforme aponta Hair *et al* (2009), o teste foi utilizado de acordo com os pressupostos necessários de não adesão à curva de normalidade e às características das variáveis analisadas: qualitativa nominal para Motivo de Viagem e variável qualitativa ordinal Escolaridade.

O teste de Kruskal-Wallis demonstrou significância estatística ($H(5)=20,672$, $p<0,001$) rejeitando, assim, a hipótese nula de que a distribuição da amostra de Escolaridade é a mesma entre as categorias de Motivo da Viagem

ao Destino. Em comparação de pares, os resultados demonstraram significância estatística ($p < 0,001$) para as análises entre o nível de escolaridade e a motivação de viagem. A significância foi positiva entre as comparações da variável “Visita a Parentes e Amigos” com “Passeio”, “Visita a Parentes e Amigos” com “a trabalho/negócio” e “Visita a Parentes e Amigos e Congresso e Convenções” demonstrando, assim, a influência na variação do grau de escolaridade com a motivação da viagem para esses grupos relacionados.

Os meios de hospedagem utilizados pelos visitantes foram em primeiro lugar a hospedagem em hotéis, seguido de casa de amigos ou de parentes, conforme demonstra a Tabela 6. Em terceiro lugar ficaram as unidades de aluguel temporário.

Tabela 6: Meios de Hospedagem utilizados

Meios de Hospedagem	Quantidade
Hotel	50%
Casa de Amigos/Parentes	31%
Casa/Apart.aluguel /Flat	16%
Casa Própria	3%
Pousada	1%
Total Geral	770 (100%)

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Para o Observatório de Turismo do Recife (2022), os três principais meios de hospedagem utilizados pelos respondentes foram: casa de parentes e amigos, hotel e pousadas. Para a amostra de pesquisa, a pousada foi opção escolhida para apenas 5 respondentes. Porém os meios de hospedagem, hotéis e casa de amigos e parentes apareceram também como as opções mais escolhidas pelos visitantes.

4.2 Análise da Avaliação dos Serviços

Os serviços foram analisados em nove construtos distintos, cada construto conteve afirmativas relacionadas de forma temática de acordo com a pesquisa bibliográfica. Para cada afirmativa, os respondentes atribuíram uma nota de 1 a 10 de acordo com a impressão que possuíam dos serviços.

Para o primeiro construto - saúde, as variáveis foram formatadas pelos seguintes questionamentos:

- A localidade possui instalações suficientes para atendimento – SAUDE V1.
- Os profissionais de saúde são competentes em seus atendimentos - SAUDE V2.
- O local possui equipamentos modernos para atendimento e conforto nas instalações.- SAUDE V3.

De acordo com a Tabela 7, as maiores médias foram atribuídas para a avaliação da competência dos profissionais de saúde durante o atendimento, com a nota 6.

Tabela 7: Estatística Descritiva Construto Saúde

Variável	Casos Válidos	Média	Mediana	Desvio Padrão	Variância
A localidade possui instalações suficientes para atendimento	699	5,4	5,0	1,4	2,0
Os profissionais de saúde são competentes em seus atendimentos	699	6,0	6,0	2,0	3,9
O local possui equipamentos modernos para atendimento e conforto nas instalações.	699	5,2	5,0	2,3	3

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Para análise das variáveis do construto Saúde, 699 respondentes participaram da análise amostral. A média, mediana e o desvio padrão demonstram uma forte concentração das notas atribuídas. Embora a maior média tenha sido atribuída à variável “Os profissionais de saúde são competentes em seus atendimentos”, quando comparada com a variável Motivo de Viagem, conforme a Tabela 8 demonstra, os respondentes segmentados pelo motivo de Saúde atribuíram a menor média avaliativa da amostra.

Tabela 8: Segmentação dos respondentes por motivo de viagem

Motivo de Viagem	Média de “A localidade possui instalações suficientes para atendimento.”	Média de “Os profissionais de saúde são competentes em seus atendimentos.”	Média de “O local possui equipamentos modernos para atendimento e conforto nas instalações.”
trabalho/negócios	5,5	5,9	5,1
Congresso e Convenções	5,4	5,8	5,2
Passeio	5,4	6,1	5,2

Religioso	5,5	6,1	5,3
Saúde	5,7	5,8	5,0
Visita a Parentes e Amigos	5,3	6,0	5,2
Total Geral	5,4	6,0	5,2

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Embora a variável “Os profissionais de saúde são competentes em seus atendimentos” tenha permanecido com a maior média no construto Saúde, a menor avaliação foi concedida justamente pelos visitantes que tiveram como principal motivação de visita, a busca por serviços de saúde. Portanto, a média aritmética entre as três variáveis foi de 5,5 para o construto Saúde.

As variáveis relacionadas à qualificação de profissionais em contato com os visitantes foram:

- Os profissionais foram cordiais comigo durante o atendimento. (garçons, motoristas, guias, recepcionistas, camareiras etc.) – QUALI V1.
- Os profissionais aparentaram ter bom conhecimento nas suas respectivas áreas de atuação - QUALI V2.
- O atendimento foi rápido e de boa qualidade. (garçons, motoristas, guias, recepcionistas, camareiras etc.) - QUALI V3.
- Fiquei satisfeito com o nível de qualificação dos profissionais com quem tive contato - QUALI V4.

Para análise das variáveis que formaram o construto “Qualificação”, formaram a base amostral, os 770 casos válidos conforme a Tabela 9 demonstra, a média aritmética geral das variáveis foi de 7,2.

Tabela 9: variáveis construto qualificação

Variável	Casos Válidos	Média	Mediana	Desvio Padrão	Variância
Os profissionais foram cordiais comigo durante o atendimento. (garçons, motoristas, guias, recepcionistas, camareiras etc.)	770	7,9	8,0	2,2	4,7
Os profissionais aparentaram ter bom conhecimento nas suas respectivas áreas de atuação.	770	5,9	6,0	2,0	4,3

O atendimento foi rápido e de boa qualidade. (garçons, motoristas, guias, recepcionistas, camareiras etc.)	770	8,0	9,0	2,3	5
Fiquei satisfeito com o nível de qualificação dos profissionais com quem tive contato.	770	7,0	8	2	4,1

Fonte: dados de pesquisa (2023)

O comportamento de avaliação para as variáveis que formaram o construto apresentou uniformidade com exceção da avaliação dada para a variável “Os profissionais aparentaram ter bom conhecimento nas suas respectivas áreas de atuação” que recebeu uma média de avaliação abaixo de 7 pontos.

Embora a média de avaliação para variável “Fiquei satisfeito com o nível de qualificação dos profissionais com quem tive contato” ser maior do que a média para “Os profissionais aparentaram ter bom conhecimento nas suas respectivas áreas de atuação”, a qualidade do serviço pode parecer satisfatório na percepção dos visitantes, porém com uma necessidade latente de aprimoração.

Conforme Xu e Sun (2015) concluíram os serviços de turismo possuem em sua base o nível de educação e qualificação da mão-de-obra fornecedora de serviços. Para os autores, a qualificação da mão-de-obra e a avaliação dos serviços podem ter um comportamento de oposição sem necessariamente serem correlatas.

Ao analisar possíveis associações entre a avaliação do construto Qualificação com a variável Motivo de Viagem, não foram encontradas discrepâncias acentuadas, todas as faixas da variável Motivo de Viagem avaliaram de forma coerente com as médias apresentadas na Tabela 9.

O próximo construto avaliado foi relacionado à limpeza e conservação de ruas da cidade. As seguintes variáveis formaram o construto:

- Os locais onde estive apresentaram fornecimento adequado de água – LIMP V1.
- As ruas até as localidades onde estive estavam em bom estado e asfaltadas - LIMP V2.

- Os locais onde estive eram limpos - LIMP V3.
- No geral estou satisfeito(a) com a limpeza da cidade - LIMP V4.

Para a análise deste construto foram utilizados 770 casos que apresentaram as médias aritméticas de avaliação conforme demonstra a Tabela 10:

Tabela 10: variáveis construto limpeza e infraestrutura

Variável	Casos Válidos	Média	Mediana	Desvio Padrão	Variância
Os locais onde estive apresentaram fornecimento adequado de água	770	7,9	8,0	1,8	3,2
As ruas até as localidades onde estive estavam em bom estado e asfaltadas	770	6,2	7,0	2,0	4,1
Os locais onde estive eram limpos	770	5,7	6,0	2,0	4,2
No geral estou satisfeito(a) com a limpeza da cidade	770	5,8	6	2,2	4,1

Fonte: dados de pesquisa (2023)

A média aritmética geral do construto foi de 6,4 com uma única variável acima dos 7 pontos, a de fornecimento adequado de água. As variáveis que buscaram a avaliação de estrutura e conservação de vias e limpeza receberam avaliação abaixo de 7 pontos, o que pode demonstrar insatisfação com esses aspectos do destino visitado.

Conforme Castellani *et al.* (2007) afirma, serviços de limpeza possuem como público-alvo a população residente de um local, contudo o seu impacto extrapola o público planejado e possui impacto em diversos outros setores, como o turismo. Portanto a avaliação abaixo dos 7 pontos para o construto de Limpeza e conservação de ruas pode ser uma avaliação que seja compartilhada com a população residentes. Uma vez que, conforme Rua (2014) classifica, tais serviços são indivisíveis no contexto da economia e da teoria dos serviços públicos. Tais serviços quando disponibilizados para um indivíduo, estarão disponíveis para todos na mesma quantidade.

Em outras palavras, o uso do serviço por uma pessoa não reduz a quantidade disponível para outros. No contexto de gestão municipal, algumas áreas estratégicas podem possuir um serviço de maior intensidade ou qualidade. Porém, a impressão do visitante ao transitar pelo destino vai englobar tanto os

pontos turísticos quanto as áreas urbanas. Contudo, esta situação não parece ser a realidade dos visitantes participantes da amostra, que atribuíram um valor menor do que sete.

Ao buscar possíveis associações das avaliações com as variáveis sociodemográficas foi possível identificar que as avaliações para as variáveis “As ruas até as localidades onde estive estavam em bom estado e asfaltadas” e “No geral estou satisfeito(a) com a limpeza da cidade” tiveram médias aritméticas decrescentes de acordo com a ascendência de faixas de escolaridade conforme demonstrado na Tabela 11:

Tabela 11: Escolaridade x Estrutura e Limpeza

Escolaridade	Média de Os locais onde estive apresentaram fornecimento adequado de água.	Média de As ruas até as localidades onde estive estavam em bom estado e asfaltadas.	Média de Os locais onde estive eram limpos.	Média de No geral estou satisfeito(a) com a limpeza da cidade.
Ensino Fundamental Completo	8,0	6,8	6,7	6,2
Ensino Médio Completo	7,8	6,3	5,7	5,9
Ensino Superior Completo	8,0	6,2	5,7	5,8
Pós-graduação	7,9	6,1	6,1	5,5
Total Geral	7,9	6,2	5,8	5,8

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Para analisar uma possível correlação, foi utilizado teste de correlação para variáveis não-paramétricas. O teste de Spearman apresentou um comportamento antagônico para as variáveis Escolaridade e Média Geral: enquanto os valores de uma aumentam, os da outra reduzem. Conforme análise do teste ($\rho = -0,67$; $p < 0,01$), pode-se afirmar que existe uma moderada correlação linear negativa.

Para o construto Transporte, foram avaliadas as seguintes variáveis:

- O transporte público foi de fácil uso – TRANS V1.
- Os ônibus, táxis e carros de aplicativo que utilizei foram confortáveis e limpos – TRANS V2.
- O tempo de espera pelo transporte foi adequado - TRANS V3.
- Os meios de transporte utilizados foram pontuais - TRANS V4.

- Estou satisfeito(a) com o serviço de transporte público na localidade – TRANS V5.

A média aritmética geral das variáveis para o construto ficou em 6,3 com diferença entre os casos válidos distribuídos entre as variáveis conforme o Quadro 15 demonstra.

Tabela 12: Construto Transporte

Variável	Casos Válidos	Média	Mediana	Desvio Padrão	Variância
O transporte público foi de fácil uso	750	6,2	7,0	2,5	2,2
Os ônibus, taxi, e carros de aplicativo que utilizei foram confortáveis	764	6,1	6,0	1,7	2,8
O tempo de espera pelo transporte foi adequado	764	6,3	7,0	1,3	1,6
Os meios de transporte utilizados foram pontuais	770	6,5	7,0	1,2	1,5
Estou satisfeito(a) com o serviço de transporte público na localidade	770	6,5	7,0	1,1	1,2

Fonte: dados de pesquisa (2023)

As médias aritméticas avaliativas entre as variáveis tiveram pouca diferença, tendo uma amplitude entre 6,1 e 6,5. Ao comparar as variáveis do construto com a variável Motivo de Viagem, foi possível identificar uma diferença pontual na média de avaliação dos serviços de transportes entre os respondentes com motivo de viagem Trabalho/negócios e para aqueles que responderam ter como motivação visita à parentes e amigos conforme a Tabela 13 demonstra.

Tabela 13: Motivo de Viagem x Transporte

Motivo de Viagem	Média de O transporte público foi de fácil uso.
trabalho/negócios	5,68
Congresso e Convenções	6,63
Passeio	6,26
Religioso	6,55
Saúde	5,93
Visita a Parentes e Amigos	6,73

Fonte: dados de pesquisa (2023)

De forma específica de planejamento e execução, Wei *et al* (2020) afirmam que existe diferença entre os aspectos que formam o serviço de

transporte de uma localidade e a organização do trânsito. Para avaliar apenas os aspectos de organização do trânsito, as seguintes variáveis foram utilizadas:

- Os agentes responsáveis por organizar o trânsito ajudaram no fluxo de carros e motos – TRANSIT V1.
- O local apresenta boas condições de ruas e estradas - TRANSIT V2.
- A localidade apresenta faixas de pedestres e boa sinalização urbana - TRANSIT V3.
- O trânsito foi fluido, apresentando pouco tempo de espera - TRANSIT V4.
- Posso dizer que estou satisfeito(a) com o serviço de organização do trânsito da localidade TRANSIT V5.

Conforme resultados demonstrados na Tabela 14, as médias de avaliação não tiveram grande variação, ficando entre 6,3 e 6,6 para os 770 casos válidos.

Tabela 14: Construto Organização de Trânsito

Variável	Casos Válidos	Média	Mediana	Desvio Padrão	Variância
Os agentes responsáveis por organizar o trânsito ajudaram no fluxo de carros e motos.	770	6,6	7,0	1,3	1,7
O local apresenta boas condições de ruas e estradas.	770	6,5	7,0	1,3	1,6
A localidade apresenta faixas de pedestres e boa sinalização urbana.	770	6,4	7,0	1,2	1,5
O trânsito foi fluido, apresentando pouco tempo de espera.	770	6,3	7,0	1,2	1,6
Posso dizer que estou satisfeito(a) com o serviço de organização do trânsito da localidade.	770	6,5	6,0	1,0	1,0

Fonte: dados de pesquisa (2023)

A média geral do construto foi de 6,4 e para as variáveis sociodemográficas, não houve alterações entre as faixas de análise de Escolaridade, Motivação de Viagem e as demais.

A análise das variáveis que envolveram aspectos de informações turísticas da cidade obteve 770 casos válidos e as seguintes variáveis foram investigadas:

- Pude identificar na localidade Postos de Informações Turística – INFO V1.
- A localidade possui boa sinalização turística – INFO V2.
- Eu tive acesso durante a minha estadia a Mapas e Guias de boa qualidade – INFO V3.
- Estou satisfeito(a) com o oferecimento de informações na cidade – INFO V4.

A média aritmética geral das avaliações para o construto de Informações Turísticas foi de 7,0, com a maior avaliação dada para a variável “A localidade possui boa sinalização turística” e a menor avaliação para a variável relacionada ao acesso durante a estadia a mapas e guias de boa qualidade, conforme aponta a Tabela 15.

Tabela 15: Construto Organização de Trânsito

Variável	Casos Válidos	Média	Mediana	Desvio Padrão	Variância
Pude identificar na localidade Postos de Informações Turísticas	770	6,9	7,0	1,3	1,7
A localidade possui boa sinalização turística	770	7,4	8,0	1,1	1,1
Eu tive acesso durante a minha estadia a mapas e guias de boa qualidade	770	6,8	7,0	1,5	2,3
Estou satisfeito(a) como oferecimento de informações na cidade	770	7,0	7,0	1,1	1,1

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Ao comparar as médias com as variáveis sociodemográficas, as variáveis do Motivo de Viagem apresentaram informações distintas em relação às notas avaliativas por motivo de visita ao destino. Conforme a tabela 16 demonstra, a média de avaliação para quem respondeu visitar o destino por motivo religioso e visita a parentes e amigos obteve a menor nota da amostra.

Tabela 16: Construto Organização de Trânsito

Motivo de Viagem	Média de A localidade possui boa sinalização turística.	Média de Eu tive acesso durante a minha estadia a Mapas e Guias de boa qualidade.	Média de Estou satisfeito(a) com o oferecimento de informações na cidade.	Média de Pude identificar na localidade Postos de Informações Turísticas.	Média das faixas
trabalho/negócios	7,6	7,0	7,1	7,0	7,2
Congresso e Convenções	7,4	6,8	7,1	6,9	7,0
Passeio	7,3	6,9	7,1	7,0	7,1
Religioso	7,0	6,4	6,8	6,5	6,7
Saúde	7,3	6,7	6,9	6,9	7,0
Visita a Parentes e Amigos	7,2	6,3	6,7	6,7	6,7

Fonte: dados de pesquisa (2023)

As diferenças nas avaliações podem estar baseadas nos diferentes atrativos turísticos característicos do tipo de turismo exercido. Os locais visitados vão ter como força motriz a motivação que leva o turista a visitar uma localidade. Os atrativos são escolhidos por uma motivação específica, portanto os visitantes que estão visitando sob o motivo de passeio, terão menor probabilidade de visitar atrativos específicos relacionados a congressos e convenções. Contudo, qualquer que seja a motivação, conforme Tavares (2019) aponta, a sinalização turística influencia na percepção do turista, na medida que transmite informações importantes sobre o atrativo visitado e pode adicionar valor na experiência da visita e conseqüentemente na recomendação.

O próximo construto analisado contemplou variáveis que buscaram mensurar o sentimento de segurança ao visitar a localidade:

- Percebi boa quantidade de policiais e delegacias na localidade – SEG V1.
- Senti-me seguro ao andar pela cidade– SEG V2.
- Percebi uma boa infraestrutura da polícia na cidade– SEG V3.
- Avalio o município com uma boa atuação na área de segurança pública– SEG V4.

Para análise do construto, 770 casos válidos foram analisados, obtendo uma média geral de 6,5 entre as quatro variáveis avaliadas. Conforme a Tabela 17 demonstra houve pouca variação entre as respostas dos entrevistados, a amplitude da média foi de dois décimos percentuais, com o mesmo comportamento para a mediana, desvio padrão e a variância das notas.

Tabela 17: Construto Segurança

Variável	Casos Válidos	Média	Mediana	Desvio Padrão	Variância
Percebi boa quantidade de policiais e delegacias na localidade.	770	6,6	7,0	2,0	4,1
Senti-me seguro ao andar pela cidade.	770	6,4	7,0	1,9	3,8
Percebi uma boa infraestrutura da polícia na cidade.	770	6,6	7,0	2,0	4,1
Avalio o município com uma boa atuação na área de segurança pública.	770	6,5	7,0	1,8	3,4

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Ao analisar o cruzamento com as variáveis sociodemográficas, o ponto que apresentou maior discrepâncias entre as variáveis foi identificado ao comparar o construto com a variável Sexo, que apresentou maior nota atribuída para os participantes da amostra com sexo feminino. A média geral de avaliação do construto para o público feminino foi de 6,6 enquanto para o público masculino a média geral foi de 6,3. A diferença percentual apresentou o mesmo comportamento em todas as variáveis do construto quando comparadas à variável Sexo.

Para avaliar os aspectos relacionados à infraestrutura do destino visitado, foram analisadas as seguintes variáveis contidas no instrumento de coleta:

- Durante a minha estadia percebi presença de árvores e boa arborização na cidade – INFRA V1.
- Durante a minha estadia percebi uma boa cobertura de telefonia e internet – INFRA V2.
- Percebi, durante a minha estadia, baixo nível de poluição na cidade – INFRA V3.

Os dados coletados foram analisados em 770 casos válidos, a média aritmética para a variável INFRA V1 foi 8,2, a maior atribuída dentro do construto, conforme a Tabela 18 demonstra:

Tabela 18: infraestrutura do destino visitado

Variável	Casos Válidos	Média	Mediana	Desvio Padrão	Variância
Durante a minha estadia percebi presença de árvores e boa arborização na cidade	770	8,2	8,0	2,7	3,0
Durante a minha estadia percebi uma boa cobertura de telefonia e internet	770	6,6	7,0	3,0	3,8
Percebi, durante a minha estadia, baixo nível de poluição na cidade	770	5,9	6,0	2,0	3,1

Fonte: dados de pesquisa (2023)

A média geral para o construto Infraestrutura foi de 6,9.

Para as demais variáveis analisadas, o construto Serviços em Turismo contemplou o agrupamento de 7 variáveis:

- Estou satisfeito(a) com o Atendimento nos hotéis na cidade – TUR V1.
- Estou satisfeito(a) com a quantidade de hotéis – TUR V2.
- Estou satisfeito(a) com o Atendimento de bares e restaurantes – TUR V3.
- Estou satisfeito(a) com a Oferta de Locadora de Veículos – TUR V4.
- Estou satisfeito(a) com as Opções de diversão noturna - TUR V5.
- Estou satisfeito(a) com as Opções de Comércio de souvenirs e artesanatos na cidade - TUR V6.
- Estou satisfeito(a) com os atrativos turísticos visitados na cidade TUR V7.

As variáveis que formaram o construto Serviços em Turismo receberam as maiores notas avaliativas da amostra pesquisada, com destaque para a variável “Estou satisfeito(a) com o Atendimento nos hotéis na cidade” que recebeu média 9,1 de avaliação dos 770 casos analisados conforme demonstra a Tabela 19.

Tabela 19: Construto Serviços em Turismo

Variável	Casos Válidos	Média	Mediana	Desvio Padrão	Variância
Estou satisfeito(a) com o Atendimento nos hotéis na cidade	770	9,1	8,0	3,7	4,1
Estou satisfeito(a) com a quantidade de hotéis	770	8,1	8,0	1,9	3,8

Estou satisfeito(a) com o Atendimento de bares e restaurantes	770	8,5	8,0	2,9	4,1
Estou satisfeito(a) com a Oferta de Locadora de Veículos	770	8,3	9,0	3,1	3,4
Estou satisfeito(a) com as Opções de diversão noturna.	770	8,2	9,0	3,5	4,0
Estou satisfeito(a) com as Opções de Comércio de souvenirs e artesanatos na cidade.	770	8,5	8,0	2,0	3,8
Estou satisfeito(a) com os atrativos turísticos visitados na cidade.	770	8,3	8,0	2,2	4,0

Fonte: dados de pesquisa (2023)

A média geral das médias das variáveis foi de 8,4. A menor média avaliativa foi dada para a variável “Estou satisfeito(a) com as Opções de diversão noturna” com 8,2 de pontuação, demonstrando, assim, que para a amostra pesquisada, existe uma satisfação com os serviços de turismo da localidade. O desvio padrão e a variância ficaram abaixo de 4,1 o que demonstra uma certa homogeneidade na amostra de pesquisa.

Ao analisar possíveis associações com as variáveis sociodemográficas, foi identificado que os respondentes do sexo feminino atribuíram uma média de 9,4 para a variável “Estou satisfeito(a) com o Atendimento nos hotéis na cidade” enquanto os respondentes do sexo masculino atribuíram o valor de 8,7, demonstrando, portanto, uma possível diferença no aspecto de julgamento e avaliação por parte dos respondentes.

A relação entre as variáveis Escolaridade e as variáveis do construto Serviços em Turismo demonstrou uma possível associação, conforme a Tabela 20 apresenta:

Tabela 20: Escolaridade x Construto Serviços em Turismo

Escolaridade	Estou satisfeito(a) com o Atendimento de hotéis na cidade.	Estou satisfeito(a) com a quantidade de hotéis.	Estou satisfeito(a) com o Atendimento de bares e restaurantes.	Estou satisfeito(a) com a Oferta de Locadora de Veículos.	Estou satisfeito(a) com as Opções de diversão noturna.	Estou satisfeito(a) com as Opções de Comércio de souvenirs e artesanatos na cidade.	Estou satisfeito(a) com os atrativos turísticos visitados na cidade.
Ensino Fundamental Completo	7,5	7,8	8,3	8,6	8,7	9,1	8,5
Ensino Médio Completo	8,8	8,0	8,4	8,1	8,3	8,6	9,0
Ensino Superior Completo	9,2	8,1	8,7	8,2	8,2	8,4	8,1

Pós- graduação	9,6	9,1	7,9	9,2	8,1	8,4	7,6
-------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Para as variáveis “Estou satisfeito(a) com o Atendimento de hotéis na cidade”, “Estou satisfeito(a) com as Opções de diversão noturna” e “Estou satisfeito(a) com as Opções de Comércio de souvenirs e artesanatos na cidade” houve um comportamento amostral de possível ascendência e descendência associativa. Para um aprofundamento investigativo foi aplicado um teste de correlação de Spearman que apresentou significância estatística ($p < 0,05$) para as três interações conforme a Tabela 21 demonstra:

Tabela 21: Matriz Spearman Serviços em Turismo x Escolaridade

Variável - Serviços em Turismo	Qual a sua escolaridade?	
Estou satisfeito(a) com o Atendimento de hotéis na cidade.	Rho de Spearman	0.611
	p-value	0.039
Estou satisfeito(a) com a quantidade de hotéis.	Rho de Spearman	0.501
	p-value	0.025
Estou satisfeito(a) com as Opções de Comércio de souvenirs e artesanatos na cidade.	Rho de Spearman	-0,58
	p-value	0.024

Fonte: dados de pesquisa (2023)

Conforme a matriz de Spearman retrata, as três variáveis de origem do construto Serviços em Turismo apresentaram índice de significância estatística relacionados a correlação com a variável Escolaridade. Segundo Hair *et al* (2009), o indicador Rho de Spearman mensura o grau de correlação e a intensidade da relação, variando entre -1 e 1, quanto mais próximo dos extremos, mais intensa é a relação.

Para as duas primeiras variáveis, o Rho de Spearman apresentou intensidade de 0,611 (61,1%) e 0,501 (50,1%) considerado um grau moderado de correlação positiva, ou seja, quanto maior foram as notas atribuídas para as variáveis “Estou satisfeito(a) com o Atendimento de hotéis na cidade” e “Estou satisfeito(a) com a quantidade de hotéis”, maior foi o nível de escolaridade.

A última variável analisada “Estou satisfeito(a) com as Opções de Comércio de souvenirs e artesanatos na cidade” apresentou índice de significância estatística com $p < 0,05$ e o índice de Rho de Spearman de $-0,580$ demonstrando, assim, uma correlação moderada negativa. O comportamento entre as variáveis demonstrou uma correlação inversa, demonstrando que, para a amostra analisada, as pessoas que atribuíram as menores avaliações para “Estou satisfeito(a) com as Opções de Comércio de souvenirs e artesanatos na cidade” possuíam maior nível de escolaridade.

4.3 Análise de Relações entre os Serviços Públicos e Recomendação do Destino

A última variável pesquisada “Recomendo o destino turístico visitado a um amigo ou conhecido” apresentou uma média de avaliação de 8,1 entre os 770 casos avaliados, com mediana de 8 e desvio padrão de 3,1. Ao fazer um recorte da amostra por pessoas que atribuíram nota acima de 7 pontos como visitantes que recomendam o destino visitado, é possível identificar que 612 entrevistados recomendam a cidade visitada, ou seja aproximadamente 79% do total da amostra pesquisada. O resultado positivo condiz com pesquisa feita pelo Observatório de Turismo do Recife (em setembro de 2022) com amostra de 612 respondentes durante o evento da 49ª ABAV EXPO, onde o percentual de recomendação entre os visitantes ficou em aproximadamente 96%.

Para analisar em maior profundidade o comportamento entre as variáveis de avaliação dos serviços e a variável de recomendação, foi utilizada a técnica de análise fatorial para verificação de possíveis associações em construto entre as variáveis de serviços e posteriormente uma modelagem de equações estruturais para análise de interações entre os aspectos pesquisados.

A análise fatorial envolve um conjunto de técnicas estatísticas bastante utilizadas em pesquisas de diversas áreas para analisar possíveis comportamentos de agrupamento entre as variáveis. É bastante utilizada para validação de construtos após a etapa de campo, uma vez que a análise é feita de acordo com a similaridade de respostas concedidas entre os entrevistados.

Para a análise fatorial do banco de dados foram utilizadas os construtos e suas variáveis formativas. Um primeiro procedimento deve ser feito para obter uma estrutura fatorial adequada, verificar a adequabilidade da base de dados

através do teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que indica a proporção da variância dos dados que pode ser considerada comum a todas as variáveis. Para Hair *et al.* (2009), quanto mais próximo de 1, melhor o resultado, pois mais adequada é a amostra à aplicação da análise fatorial.

O modelo de análise fatorial exploratória foi construído utilizando o software IBM SPSS Statistics, versão 21 e obteve o valor de 0,835 no teste de KMO, o banco de dados inserido no modelo apresenta como resultado uma análise fatorial muito boa conforme demonstra o resultado do teste no Quadro 8:

Quadro 8: Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,835
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	13757,203
	df	741
	Sig.	,000

Fonte: dados de pesquisa extraído SPSS ver21(2023)

O teste de esfericidade de Bartlett apresentou rejeição (significância 0,000) da hipótese de que a matriz de correlações entre as variáveis seja uma matriz de identidade. Outro instrumento avaliativo da qualidade dos dados para análise fatorial exploratória é a tabela de comunalidade expressa, que, segundo Hair *et al.* (2009), aponta o quanto da variância total da variável é explicada pelos fatores comuns ou componentes principais tendo como referência valores de extração acima de 0,5.

O resultado obtido através do método de extração “análise do componente principal” demonstrou que quatro variáveis demonstraram valores de extração abaixo de 0,5, sendo, portanto, excluídas do modelo de análise por seu baixo valor de explicação. Foram as variáveis excluídas:

- O transporte público foi de fácil uso;
- Estou satisfeito(a) com a Oferta de Locadora de Veículos;
- Durante a minha estadia percebi presença de árvores e boa arborização na cidade;
- Percebi, durante a minha estadia, baixo nível de poluição na cidade.

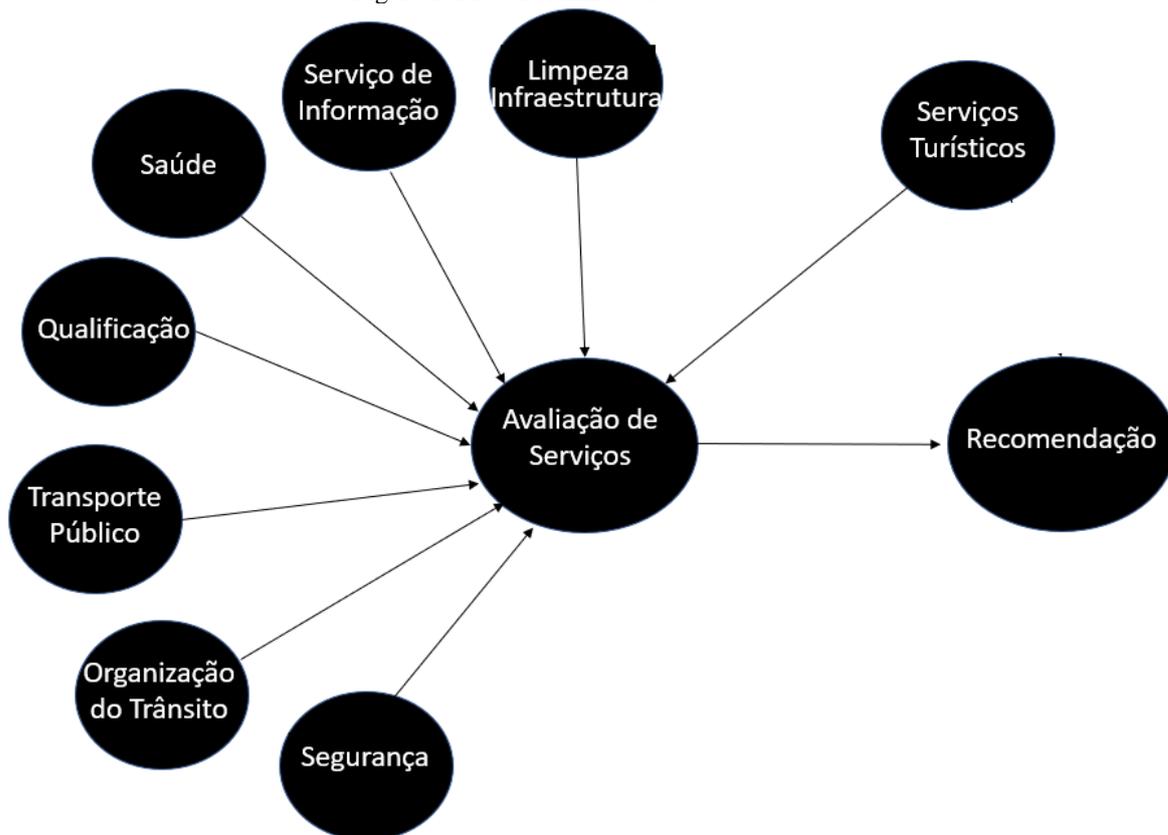
Com o conjunto de dados obtidos da análise fatorial exploratória e da variância total explicada, utilizando o método de rotação ortogonal Varimax, foi possível reduzir um construto do modelo. Conforme resultados obtidos, é possível explicar cerca de 78,341% do total das variáveis com 8 construtos. O modelo original possuía 9 construtos, a saber:

- Saúde
- Qualificação
- Transporte Público
- Organização do Trânsito
- Serviço de Informação
- Limpeza
- Estrutura
- Segurança
- Serviços Turísticos

Os resultados da análise fatorial exploratória demonstraram alto índice de agrupamento entre as variáveis dos construtos “Limpeza” e “Estrutura”, sendo, portanto, todas as variáveis unificadas em um novo construto “Limpeza e Estrutura”. Esta redução tornou possível uma sintetização do modelo a ser analisado pela modelagem de equações estruturais (MEE).

Devido a não adesão à curva de normalidade dos dados e o aspecto exploratório da pesquisa, o método de estimação utilizado na MEE foi de mínimos quadrados parciais, sendo, para tanto, estimado pelo software Smart PLS versão 4. O modelo contou com os 8 construtos como variáveis latentes de segunda ordem, enquanto um novo construto denominado “Avaliação dos Serviços Públicos” foi desenvolvido como variável latente de primeira ordem, com relação direta com a última variável “Recomendo o destino turístico visitado a um amigo ou conhecido”. Para analisar o impacto dos serviços turísticos de forma independente e dependente, o construto tem uma conexão direta com ambas as variáveis latentes. A Figura 1 apresenta o modelo testado:

Figura 1: Modelo MEE a ser testado



Fonte: dados de pesquisa (2023)

Conforme a Figura 1 apresenta, as 34 variáveis remanescentes estão organizadas em 8 construtos de forma reflexiva, enquanto os 8 construtos possuem uma relação formativa com a variável latente “Avaliação de Serviços”. O modelo irá avaliar a relação de dependência entre a variável latente Avaliação dos Serviços e a variável de recomendação.

Para avaliar o modelo e suas interações, foram utilizados os parâmetros indicados por Chin (1998), a saber:

- R^2 - indicador de coeficiente de explicação de relação entre os construtos;
- Alpha Cronbach - confiabilidade e validade do construto;
- Variância Média Extraída e Confiabilidade Composta - confiabilidade e validade de construto;
- Critério de Fornell-Larcker e Cargas Cruzadas – validade discriminante;
- Significância dos coeficientes através de bootstrapping;
- Estatística de colinearidade (VIF internos).

Através do cálculo de algoritmo do método de estimação de mínimos quadrados parciais e utilizando a técnica de ponderação “Caminho”, número de interações, 300, e critério de paragem, 7, foi obtido o resultado das relações entre indicadores e construtos.

Para o critério de adequação e confiabilidade dos resultados para modelos reflexivos, as premissas consideradas foram baseadas nos parâmetros relacionados pelos autores Bido *et al.* (2008), Chin (1998), Fornell e Larcker (1981), Hair *et al.* (2009), Hulland (1999) e Sharma (1996), e resumidos no Quadro 9.

Quadro 9: Parâmetros de adequação e confiabilidade

Indicadores	Modelos reflexivos
Cargas fatoriais	Acima de 0,60 ⁵
Confiabilidade Composta	A partir de 0,70 ³
Consistência interna (Alpha de Cronbach)	A partir de 0,70 ^{3,6}
O Coeficiente de Explicação R ²	0,25 até 0,49: fraco 0,50 a 0,74: moderado 0,75 ou mais: substancial
Variância Média Extraída (AVE)	A partir de 0,50 ^{1,2,3}
Validade discriminante	AVE deve ser maior do que a variância entre o construto e os outros construtos do modelo ^{1,2}

Fonte: Prearo (2013) a partir de (1) Fornell e Larcker (1981); (2) Sharma (1996); (3) Chin (1998); (4) Hulland (1999); (5) Bido *et al.* (2008); (6) Hair *et al.* (2009).

4.4 Análise do Modelo Estrutural

Após algumas tentativas de adequação entre as variáveis para a obtenção do melhor modelo com a amostra da pesquisa, os resultados obtidos estão demonstrados no Quadro 10.

Quadro 10: resultados dos parâmetros

Construto	Variáveis	Cargas fatoriais	AVE	Confiabilidade composta	Alpha Cronbach	R ²
Saúde	SAUDE V1	0.794	0.560	0.720	0.722	0.581
	SAUDE V2	0.836				
	SAUDE V3	0.817				
Qualificação	QUALI V1	0.834	0.532	0.682	0.386	
	QUALI V2	0.799				
	QUALI V3	0.902				
	QUALI V4	0.915				
Limpeza e Infraestrutura	L&I V1	0.601	0.593	0.721	0.511	
	L&I V2	0.623				
	L&I V3	0.614				
	L&I V4	0.669				

Transporte	TRANS V2	0.884	0.590	0.851	0.765
	TRANS V3	0.746			
	TRANS V4	0.744			
	TRANS V5	0.685			
Segurança	SEG V1	0.975	0.885	0.968	0.956
	SEG V2	0.964			
	SEG V3	0.963			
	SEG V4	0.855			
Organização do Trânsito	TRANSIT V1	0.614	0.599	0.880	0.826
	TRANSIT V2	0.789			
	TRANSIT V3	0.768			
	TRANSIT V4	0.743			
	TRANSIT V5	0.925			
Informação	INFOR V1	0.761	0.638	0.874	0.806
	INFOR V2	0.940			
	INFOR V3	0.806			
	INFOR V4	0.663			
Serviços de Turismo	TUR V1	0.688	0.564	0.866	0.805
	TUR V3	0.826			
	TUR V5	0.725			
	TUR V6	0.721			
	TUR V7	0.787			

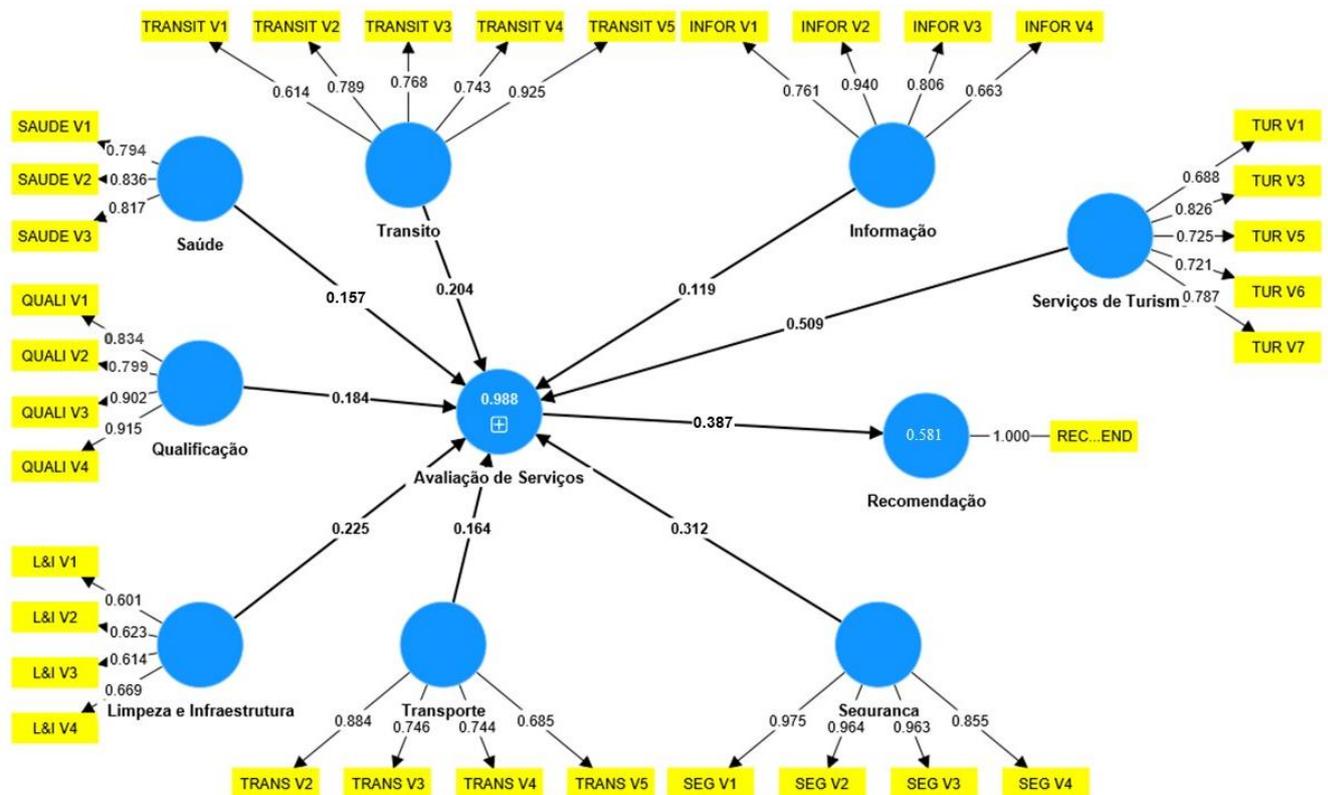
Fonte: dados de pesquisa (2023)

Utilizando como referência os parâmetros do Quadro 9 é possível observar a conformidade do modelo resultante. O último parâmetro, validade discriminante teve como resultado encontrado a adequação dos resultados. O teste de colinearidade é utilizado também para verificar se as variáveis apresentam redundância ou forte correlação com outros construtos preditores além do que faz parte. O indicador utilizado foi o fator de inflação da variância (VIF) e conforme Hair *et al.* (2009) indicam, os valores devem estar abaixo de 5 para adequação do modelo. O modelo não apresentou VIF além de 5 para nenhuma variável de pesquisa utilizada no modelo.

As cargas fatoriais apresentam índice de relação acima de 0,60 para todas as variáveis, indicando correta associação aos construtos, a variância média extraída, o *alpha* de Cronbach e a confiabilidade composta demonstram uma boa qualidade das medidas extraídas da MEE.

O modelo extraído está demonstrado na Figura 2:

Figura 2: MEE recomendação

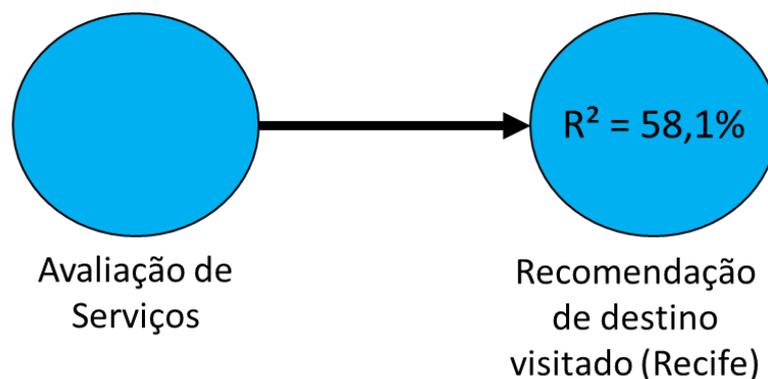


Fonte: dados de pesquisa extraído SmartPLS vrs.4 (2023)

No modelo desenvolvido o Coeficiente de Explicação (R^2) da relação entre a avaliação de serviços e a recomendação da cidade foi de 58,1%, demonstrando, assim, que existe relação positiva entre a avaliação dos serviços e a variável de recomendação do destino visitado.

Para Bido *et al* (2008) e Hair *et al.* (2009), coeficientes de explicação com valores entre 0,25 e 0,49 são considerados de fraca intensidade, 0,50 a 0,74, intensidade moderada e acima de 0,75 forte intensidade. Portanto, o índice de 0,581, conforme apresenta Figura 3, demonstra que existe uma influência positiva e de intensidade moderada entre os serviços avaliados e a recomendação dos respondentes.

Figura 3: Relação entre Avaliação de Serviços e Recomendação de destino visitado



Fonte: dados de pesquisa extraído SmartPLS vrs.4 (2023)

Para analisar a significância dos coeficientes estruturais entre as variáveis na MEE, foi realizado o teste de reamostragem através de bootstrapping, um método que busca analisar o viés ou a variância de um conjunto de dados para aprofundamento de análise de relações. O teste de reamostragem foi feito utilizando uma análise com definição de 5.000 subamostras. O teste t de student, fornecido pelo modelo, apresenta duas hipóteses: a hipótese nula, afirmando que o parâmetro calculado é igual a zero, e a hipótese alternativa, onde o parâmetro é diferente de zero. Os valores de estatística t acima de 1,96, segundo Prearo (2013), apontam para parâmetros estatisticamente significantes. Para todas as relações, o valor de p foi de 0,00, e os valores de estatística t foram maiores de 1,96, confirmando a hipótese e significância estatística das relações entre os construtos,

A forma de avaliação de serviços utilizados leva em consideração o conjunto de experiências positivas e negativas que um indivíduo vivencia e, conforme Ashworth e Page (2011) afirmam, apesar de uma localidade ter visitantes sujeitos aos mesmos conjuntos de serviços públicos ou privados, cada pessoa perceberá de forma diferente cada serviço e o impacto em sua experiência.

Porém, a forma que o serviço é prestado vai influenciar na recomendação do visitante a outras pessoas. Para os serviços de turismo, alguns serviços avaliados neste estudo são prestados por agentes privados e a forma de avaliação e controle da qualidade de serviços privados pode ser mais dinâmica

e coesa, podendo, também, ser alterada conforme se avalia e detecta falhas na prestação.

Os serviços públicos por essência são indivisíveis, não podendo ser prestado de forma individual. São desenvolvidos, avaliados e controlados para servir a um público-alvo, a população local. Conforme Denhart e Denhart (2015) expuseram a necessidade de ter o cidadão como gestor e público-alvo dos serviços públicos, na chamada Nova Governança Pública (NGP), este conceito pode carecer de expansão para incluir agentes que compartilham dos mesmos serviços, ainda que temporariamente.

Este é um aspecto que possui uma importância evidente, já que usuários temporários como os turistas são importantes fontes de receitas e financiamento de serviços públicos para sociedade. Contudo, no desenvolvimento de políticas públicas que resultam em serviços públicos, apenas indicadores de avaliação da população local são levados em consideração.

Instrumentos de construção e avaliação de serviços públicos, como orçamento participativo, existem com o propósito de inclusão dos principais usuários de serviços públicos, contudo ainda são utilizados apenas por uma parcela exclusiva de usuários. Uma vez que o Turismo é uma importante fonte de renda para a administração pública, esta pesquisa traz luz sobre a importância de incluir estes usuários na gestão de serviços públicos de uma localidade.

5 CONCLUSÃO

Para Chen, Cottam e Lin (2020), a qualidade na prestação de serviços está centrada no conhecimento do que os visitantes esperam ao visitar o destino, esta expectativa só pode ser atendida se os destinos turísticos contarem com serviços públicos e privados voltados para proporcionar uma experiência prazerosa. Esta experiência pode resultar na volta do visitante ou na recomendação do destino visitado a outras pessoas. Portanto, o investimento na melhoria e no aperfeiçoamento da qualidade dos serviços prestados em uma localidade é essencial para o sucesso da exploração da atividade turística.

Sob este aspecto, é preciso entender que os serviços públicos prestados em uma cidade formam a base para o desenvolvimento de atrativos turísticos. Os serviços públicos quando não são prestados diretamente aos turistas, fornecem subsídios para exploração por entidades privadas. Por conseguinte, seja de forma direta ou indireta, os serviços públicos possuem impacto na experiência do turista e, por consequência, na recomendação do destino.

Para o aperfeiçoamento no entendimento deste impacto, esta pesquisa buscou investigar a relação entre a avaliação dos serviços públicos por parte dos turistas e a decisão de recomendação do destino turístico de uma cidade. Mediante uma metodologia quantitativa com utilização de técnicas de estatística bi e multivariada, foi possível construir um questionário avaliativo dos principais serviços que turistas podem utilizar em uma visita e analisar relações e correlações entre as variáveis investigadas.

A amostragem probabilística proporcionou 770 casos válidos e os resultados demonstraram que no município de Recife (recorte geográfico da pesquisa) os principais serviços são bem avaliados com médias acima de 7 pontos, em uma amplitude de notas de 1 a 10 pontos com exceção das variáveis relacionadas a limpeza e poluição. O destino foi amplamente recomendado pelos visitantes.

Como principal resultado, mediante a utilização de MEE, foi constatado que cerca de 58% da recomendação do destino visitado pode ser explicada pela avaliação que os visitantes fazem dos serviços da localidade. Este resultado proporciona um entendimento da importância que os serviços públicos possuem na perpetuação e aprimoração de atrativos turísticos e consequentemente no sucesso do turismo em uma cidade.

Esta pesquisa também traz a discussão da importância da participação de turistas na construção de políticas públicas e serviços públicos em uma localidade, uma vez que são, da mesma forma que os moradores, parte interessada e impactada pelos serviços e produzem retorno financeiro e social benéficos para uma localidade.

5.1 Limitações de pesquisa

Para contribuição do entendimento sobre o impacto de serviços públicos e a recomendação de visita a um destino turístico, a presente pesquisa optou por adotar um processo de amostragem probabilístico que por consequência demandou uma metodologia quantitativa. O tipo de amostragem demandou bastante tempo de campo, limitando a coleta em atrativos turísticos específicos e um recorte geográfico apenas urbano.

O período que ocorreu a coleta de informações no campo de pesquisa coincidiu ainda com a crise sanitária mundial ocasionada pela pandemia de Covid-19, portanto a amplitude de nacionalidades participantes da amostra quanto ao contato social para aplicação de questionário foi prejudicada.

5.2 Implicações Teóricas e Práticas da Pesquisa

A pesquisa sobre a relação entre a avaliação dos serviços públicos por parte dos turistas e a decisão de recomendação do destino turístico traz implicações tanto teóricas quanto práticas. No âmbito teórico, essa pesquisa amplia o entendimento sobre como a qualidade percebida dos serviços públicos pode influenciar a imagem global de um destino turístico. A avaliação positiva de serviços como transporte, segurança e infraestrutura pode reforçar a percepção de um destino como acolhedor, seguro e eficiente. Por outro lado, falhas nesses serviços podem resultar em uma avaliação global negativa do destino, independentemente da qualidade de outras atrações turísticas.

O estudo oferece uma perspectiva sobre a complexidade dos fatores que motivam a recomendação de um destino. Não se trata apenas das belezas naturais ou atrações culturais, mas também da experiência holística que inclui interações com os diversos tipos de serviços públicos, não só os voltados para o Turismo. Ainda no campo teórico, essa pesquisa pode apontar para a necessidade de modelos de avaliação mais integrados e abrangentes, que considerem a inter-relação entre diversos fatores que compõem a experiência vivenciada durante a permanência na localidade, na percepção do turista.

No plano prático, os resultados desta pesquisa têm potencial de guiar políticas públicas e estratégias de marketing de destinos turísticos. Se os turistas

valorizam certos serviços públicos acima de outros, investimentos direcionados podem ser realizados para melhorar a experiência do visitante. Uma outra questão bastante importante tratada no decorrer da análise, é a participação dos turistas na construção de todos os serviços públicos ofertados em localidades. Independente, de direcionamento de serviços exclusivos para o Turismo.

Sob a perspectiva mercadológica, as agências de turismo e outros *stakeholders* podem usar as informações para orientar suas estratégias de comunicação. Se um destino é bem avaliado em termos de segurança e eficiência, esses pontos podem ser destacados em campanhas promocionais.

5.3 Sugestões para futuras pesquisas

Devido às limitações desta pesquisa, faz-se necessário ampliar o recorte geográfico de pesquisa, os serviços públicos e as observações podem variar de acordo com o destino visitado. A cidade do Recife é um grande centro urbano com uma grande variedade de serviços públicos prestados. É possível que pequenas localidades com menor estrutura possam impactar de forma diferente a recomendação. É possível que a participação dos serviços públicos seja menor em localidades onde o turista possui pouco contato com a região, como no caso de turismo de lazer em grandes resorts.

Para um maior aprofundamento sob aspectos comportamentais, sugere-se ampliação da pesquisa com uso de metodologia qualitativa para melhor entendimento da relação dos serviços e como se dá a observação de acordo com diferentes aspectos sociodemográficos.

A continuação de estudos sobre as influências dos serviços públicos na recomendação de um destino turístico é de importância fundamental para vários setores da sociedade, desde os formuladores de políticas e administradores públicos até empresários e turistas. Com o advento da globalização e o crescente acesso à informação, os turistas estão cada vez mais bem informados e exigentes, tornando a qualidade dos serviços públicos — como transporte, segurança, infraestrutura e saneamento básico — um fator determinante na escolha de um destino.

Este estudo não só contribui para a melhoria da experiência do turista, mas também fornece dados valiosos para a tomada de decisões informadas em

planejamento urbano, desenvolvimento econômico e gestão de políticas públicas. A longo prazo, esta é uma estratégia que beneficia todos os envolvidos e promove o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos.

REFERÊNCIAS

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2004.

AGRANONIK, Marilyn; HIRAKATA, Vânia Naomi. Cálculo de tamanho de amostra: proporções. **Clinical and Biomedical Research**, v. 31, n. 3, 2011.

AGUIAR, Rafael Barbosa de; LIMA, Luciana Leite. Capacidade estatal: definições, dimensões e mensuração. **Bib: revista brasileira de informação bibliográfica em ciências sociais**. São Paulo, SP. N. 89 (ago. 2019), p. 1-28, 2019.

ALLISON, Graham. **Emergence of schools of public policy: Reflections by a founding dean**. In: The Oxford handbook of public policy. 2006.

ARAUJO, Carolina Dutra; CÂNDIDO, Debora Rregina; KROTT, Max. Planejamento do Turismo a partir da Perspectiva Actor-Centered Power no Parque Estadual da Ilha Grande, Rio de Janeiro, Brasil. **Revista Turismo em Análise**, [S. l.], v. 28, n. 1, p. 149-168, 2017.

ASHWORTH, G. J.; PAGE, S. J. Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. **Tourism Management**, vol. 32, 2011, p. 1–15. 2011.

BAHRUM, Xaydarov. O'G'LI , G'aybullayev Sarvar O'ktam. QIZI, Jarasheva Go'zal Bahodir. The Role Of The Private Sector In The Development Of Tourism. **Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences**, v. 1, n. 12, p. 287-293, 2022.

BECKER, João Luiz. **Estatística básica: transformando dados em informação**. Bookman editora, 2015.

BENI, Mario Carlos. **Política e planejamento do turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BENUR, Abdelati. BRAMWELL, Bill. Tourism product development and product diversification in destinations. **Tourism Management**, 50, 213–224. 2015.

BIDO, Diógenes; SILVA, Dirceu; SOUZA, Cesar A.; GODOY, Arilda S. Mensuração com indicadores formativos nas pesquisas em administração de empresas: Como lidar com a multicolinearidade entre eles? **Administração: Ensino e Pesquisa**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 245-269, 2010.

BRYHINETS, Oleksandr. SVOBODA, Ivo. SHEVCHUK, Oksana. KOTUKH, Yevgen. RADICH, Valentyna. Public value management and new public governance as modern approaches to the development of public administration. **Revista San Gregorio**, 1(42).2020.

BYRD, Erick T. Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. **Tourism review**, 2007.

CASIMIRO FILHO, Francisco. **Contribuições do turismo à economia brasileira**. Tese. 220 f. 2002. Tese (Doutorado em Ciências) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz - ESALQ, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2002.

CASTELLANI, V. et al. A new method for tourism carrying capacity assessment. **WIT Transactions on Ecology and the Environment**, v. 106, p. 365-374, 2007.

CARTER B. Casady, ERIKSSON, Raymond. SCOTT, Richard. (Re)defining public-private partnerships (PPPs) in the new public governance (NPG) paradigm: an institutional maturity perspective, **Public Management Review**, 22:2, 161-183, 2020.

CARVALHO, Pedro; ALVES, Helena. Customer value co-creation in the hospitality and tourism industry: a systematic literature review. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, n. ahead-of-print, 2022.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHEN, Ye. COTTAM, Ed. LIN, Zhibin. The effect of resident-tourist value co-creation on residents' well-being. **Journal of Hospitality and Tourism Management** 44, pages 30-37, 2020.

CHIN, Wynne Frequently. The Partial Least Square Approach for Structural Equation Modeling. In: MARCOULIDES, G. A. (ed.). **Modern Methods for Business Research**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1998. p. 295-336.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**, 7ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COSTA, C. ALBUQUERQUE, H. Um novo modelo conceptual para o turismo urbano. In F. Silva, & J. Umbelino (coords.), **Planeamento e desenvolvimento turístico** (pp. 409-424). Lisboa: 2017.

COTTLE, Simon. Ulrich Beck, Risk Society and the Media: A Catastrophic View?. **European journal of communication**, v. 13, n. 1, p. 5-32, 1998.

DAN, S. and POLLITT, C. NPM can work: an optimistic review of the impact of new public management reforms in central and Eastern Europe", **Public Management Review**, Vol. 17 No. 9, 2015.

DENHARDT, Janet V.; DENHARDT, Robert B. **The new public service: Serving, not steering**. Routledge, 2015.

DUNLEAVY, P., MARGETTS, H., BASTOW, S. and TINKLER, J. New public management is dead – long live digital-era governance”, **Journal of Public Administration Research and Theory**, Vol. 16 No. 3, 2006.

EDWARDS, Deborah; GRIFFIN, Tony; HAYLLAR, Bruce. Urban tourism research: developing an agenda. *Annals of tourism research*, v. 35, n. 4, p. 1032-1052, 2008.

EMPETUR – EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO. **Inventário Turístico de Pernambuco – INVTUR-PE**, 2020. Disponível em: <<https://inventariope.blogspot.com>>. Acesso em: 04 jan. 2023.

EMPETUR – EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO. **Pesquisa Do Perfil Do Turismo Receptivo No Recife Aponta Permanência Média De Seis Dias No Destino**, 2022. Disponível em: <<https://empetur.pe.gov.br/blog/1350-pesquisa-do-perfil-do-turismo-receptivo-no-recife-aponta-permanencia-media-de-seis-dias-no-destino>>. Acesso em: 04 jan. 2023.

ELLIOTT, James. **Tourism: Politics and public sector management**. Routledge, 2020.

FEMENIA-SERRA, Francisco; GRETZEL, Ulrike. Influencer marketing for tourism destinations: lessons from a mature destination. In: **Information and Communication Technologies in tourism 2020**. Springer, Cham, 2020. p. 65-78.

FORNELL, Claes; LARCKER, David F. **Structural equation models with unobservable variables and measurement error**: Algebra and statistics. 1981.

FREITAS, Marcel de Almeida; OLIVEIRA, Jéfferson Ricardo Gomes. Os impactos do terrorismo para o turismo em duas cidades: Paris e New York. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 6, n. 2, p. 171-188, 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GONZÁLEZ, María Velasco. Gobernanza turística: ¿ Políticas públicas innovadoras o retórica banal?. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 14, n. 1, p. 9-22, 2014.

GOODIN, Robert E.; REIN, Martin; MORAN, Michael. **The public and its policies**. In: *The Oxford handbook of public policy*. 2006.

GUJARATI, Damodar N.; PORTER, Dawn C. **Econometria básica-5**. Amgh Editora, 2011.

HAIR, Joseph F. BLACK, W. C., BABIN, B. J. **Análise multivariada de dados**. Bookman editora, 2009.

HALL, C. Michael. Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. In: *Activating Critical Thinking to Advance the Sustainable Development Goals in Tourism Systems*. **Routledge**, 2021. p. 198-214.

HARTLEY, J. Innovation in governance and public services: Past and Present. **Public Money & Management**, 25(1), 27–34. 2005.

HENRIQUES, Eduardo Brito. A cidade, destino de turismo. *Revista da Faculdade de Letras, I série, vol XIX, Porto, 2003, p.163-172.*

HULLAND, John. Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies. **Strategic management journal**, v. 20, n. 2, p. 195-204, 1999.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. Editora Senac Rio, 2013.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2019/default.shtm>. Acesso em: 09 ago. 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2019/default.shtm>. Acesso em: 09 ago. 2023.

JAMSHIDI, Mohamad Javad; BARAKPUR, Naser; KALANTARI, Khalil. Explaining spatial correlation of public services and Mashhad city tourism. **Journal of Tourism and Development**, v. 7, n. 2, p. 130-148, 2018.

JOPPE, Marion. Tourism policy and governance: Quo vadis?. **Tourism management perspectives**, v. 25, p. 201-204, 2018.

KAMATA, Hiromi. Tourist destination residents' attitudes towards tourism during and after the COVID-19 pandemic. **Current Issues in Tourism**, v. 25, n. 1, p. 134-149, 2022.

KON, Anita. Sobre as atividades de serviços: revendo conceitos e tipologias. **Brazilian Journal of Political Economy**, v. 19, p. 307-328, 2022.

LAPUENTE, Victor; VAN DE WALLE, Steven. The effects of new public management on the quality of public services. **Governance**, v. 33, n. 3, p. 461-475, 2020.

LARSSON, L. MÜLLER, D. K. Coping with second hometourism: Responses and strategies of private and publicservice providers in western Sweden. **Current Issues in Tourism**,1–17, 2017.

LI, Xiubai; KIM, Jinok Susanna; LEE, Timothy J. Collaboration for community-based cultural sustainability in island tourism development: A case in Korea. **Sustainability**, v. 13, n. 13, p. 7306, 2021.

LIU, Anyu; WU, Doris Chenguang. Tourism productivity and economic growth. **Annals of Tourism Research**, v. 76, p. 253-265, 2019.

MANDELSON, Peter; LIDDLE, Roger. **The Blair Revolution: Can New Labour Deliver?**. Faber & Faber, 1996.

McMULLIN, Caitlin. Challenging the necessity of New Public Governance: Co-production by third sector organizations under different models of public management. **Public Administration**, v. 99, n. 1, p. 5-22, 2021.

MEDIOTTE, E. J., EMMENDOERFER, M. L., & OLIVEIRA, G. de A. A Polissemia da Governança Pública nos Estudos do Turismo: uma revisão sistemática. **Revista Turismo Em Análise**, 31(1), 159-178, 2020.

MILANO, Claudio; CHEER, Joseph M.; NOVELLI, Marina (Ed.). **Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism**. Cabi, 2019.

MINGQIU, Wci. CHANGHONG, Bai. CHUNXIAO, Li. HONGYU, Wang. The effect of host–guest interaction in tourist co-creation in public services: evidence from Hangzhou, **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 2020.

MORETTIN, Pedro A.; BUSSAB, Wilton O. **Estatística básica**. Saraiva Educação SA, 2017.

MUELLER, Bernardo. Why public policies fail: Policymaking under complexity. **EconomiA**, v. 21, n. 2, p. 311-323, 2020.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE SÃO PAULO. Disponível em:<www.observatoriodoturismo.com.br>. Acesso em: 03 dez. 2021.

OBSERVATÓRIO DE TURISMO DO RECIFE. **Anuário Estatístico de 2021**. Ed. 1 Recife, 2022.

OBSERVATÓRIO DE TURISMO DO RECIFE. **Boletim Especial: 49a ABAV EXPO, Perfil do visitante e Indicadores Econômicos**. Recife, 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **International Tourism Highlights, 2019 Edition**. Madri. 2019.

OSBORNE, S. P. RADNOR, Z. STROKOSCH, K. Co-Production and the Co-Creation of Value in Public Services: A suitable case for treatment? **Public Management Review**, 18(5), 639–653. 2016.

PACHECO, Natália Araújo. Produzindo a oferta com o consumidor: estratégias para a co-criação de valor e marketing de relacionamento. **Revista de Administração IMED**, 2016.

PEARCE, Douglas. An integrative framework for urban tourism research. **Annals of Tourism Research**, Vol. 28, No. 4, p. 926-946. 2001.

PEREIRA, Alexandre Queiroz. ARAÚJO, Enos Feitosa. SILVEIRA, Bruno Rodrigues. Cidade, turismo e Copa 2014: da infraestrutura aos eventos em Fortaleza-CE. **Fortaleza**, p. 83, 2014.

PHI, Giang T. DREDGE, Dianne. Collaborative tourism-making: An interdisciplinary review of co-creation and a future research agenda. **Critical Issues in Tourism Co-Creation**, p. 5-20, 2021.

PIZAM, A. URIELY, N. REICHEL, A. The intensity of tourist host social relationship and its effects on satisfaction and change of attitudes: The case of working tourists in Israel. **Tourism Management**, 21(4), 395–406. 2000.

PREBENSEN, N. K. VITTERSØ, J. DAHL, T. I. Value co-creation significance of tourist resources. **Annals of Tourism Research**, 42(6), 240–261, 2013.

QIU, Richard TR et al. Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. **Annals of Tourism Research**, v. 84, p. 102994, 2020.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social Métodos e Técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

RUA, Maria G. Desafios da administração pública brasileira: governança, autonomia, neutralidade. **Revista do Serviço Público**, [s.l.], v. 48, n. 3, p. 133-152, 2014.

RUNYA, X. U.; QIGUI, S. U. N.; WEI, S. I. The third wave of public administration: The new public governance. **Canadian Social Science**, v. 11, n. 7, p. 11-21, 2015.

SARACENI, Sandra. **Cocriação de valor no relacionamento empresa-cliente: um estudo exploratório**. 2015. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. 2015.

SHARMA, Subhash. **Applied multivariate techniques**. John Wiley & Sons, Inc., 1995.

SILVA, Marina Duarte Gomes; ARAÚJO, Elis Miranda. Planejamento do turismo para o desenvolvimento local. **Revista brasileira de planejamento e desenvolvimento**, v. 2, n. 2, p. 94-103, 2013.

SILVA, Wendel Alex Castro. SOUZA, Esequias Ferreira. ARAÚJO, Elisson Alberto Tavares. BUENO, Natália Xavier. Infraestrutura brasileira de apoio turístico: avaliação da adequabilidade dos serviços públicos prestados na rodovia Fernão Dias. In: **tms algarve 2013–tourism & management studies international conference**. 2013.

SMITH, A. Assessing the contribution of flagship projects to city image change: a quasi-experimental technique. **International Journal of Tourism Research**, 8(6), 391–404. 2006.

SOARES, Artemísia dos Santos; AZEVEDO, Francisco Fransualdo. Turismo e Território no Município de Maragogi-AL, Brasil: Processo de Participação Social e o Desenvolvimento Local. **Rosa dos Ventos**, v. 12, n. 1, p. 2-23, 2020.

STUTZER, A. **Happiness and public policy: A procedural perspective**. Behavioural Public Policy, 2019.

SUGATHAN, Praveen; RANJAN, Kumar Rakesh. Co-creating the tourism experience. **Journal of Business Research**, v. 100, p. 207-217, 2019

SUNSTEIN, Cass R. Cost-Benefit Analysis, Who's Your Daddy?. **Journal of Cost- Benefit Analysis** 7: 107–120. 2016.

TAVARES, Keylah. **Sinalização turística: a importância da sinalização interpretativa na Floresta da Tijuca - RJ**. 2019. 130 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Turismo) - Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

TODESCO, Carolina; SILVA, Rodrigo Cardoso da. Planejamento setorial e execução orçamentária em turismo no Brasil (2003-2018). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, 2021.

THOMMANDRU, Abhishek. ESPINOZA-MAGUIÑA, Marcos. RAMIREZ-ASIS, Edwin. NAVED, Samrat Ray Mohd. Role of tourism and hospitality business in economic development. **Materials Today: Proceedings**, 2021.

TOMAZZONI, E. L. **Turismo e Desenvolvimento Regional. Modelo APL TUR aplicado à região das Hortências (Rio Grande do Sul – Brasil)**. Tese de Doutorado em Turismo, Universidade de São Paulo. São Paulo, Brasil, 2007.

TRENTIN, F. Governança turística em destinos brasileiros: comparação entre Armação dos Búzios/RJ, Paraty/RJ e Bonito/MS. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural** – PASOS. 14(3), 645-658. 2016.

VAN BUUREN, Arwin et al. Improving public policy and administration: exploring the potential of design. **Policy & Politics**, v. 48, n. 1, p. 3-19, 2020.

VERDUGO, Karine Valesca de Freitas; FROSSARD, Miriane Sigiliano; ALMEIDA, Lucas Gamonal Barra de. Gamificação e turismo: uma proposta de inovação e cocriação de experiências em destinos turísticos a partir de um videogame. **Diálogo com a Economia Criativa**, v. 7, n. 19, 2022.

VIOLIER, Philippe; MARTÍN, M. Antonio. Turismo urbano y políticas para su gestión em Francia y España. **Estudios Geográficos**, LXVIII, 262, ENERO-JUNIO, 2007, p.321-347.

WAHEDUZZAMAN, Wahed. Challenges in transitioning from new public management to new public governance in a developing country context. **International Journal of Public Sector Management**, 2019.

WEI, M. BAI, C. LI, C. WANG, H. The effect of host–guest interaction in tourist co-creation in public services: evidence from Hangzhou. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 25(4), 457–472 (2020).

WIEN, E. S. The economic impact of travel and tourism in mountain area: the case of Vorarlberg (Austria). **Revue de Tourisme**, n.2, p.25–29, 1989.

WIESEL, Fredrika; MODELL, Sven. From new public management to new public governance? Hybridization and implications for public sector consumerism. **Financial Accountability & Management**, v. 30, n. 2, p. 175-205, 2014.

WILSON, Richard. **Policy analysis as policy advice**. The Oxford handbook of public policy, p. 152-185, 2006.

YÁZIGI, Eduardo Abdo. **Saudades do Futuro: Por Uma Teoria do Planejamento Territorial do Turismo**. São Paulo: Plêiade. 2009.

XU, Jufeng; SUN, Mengyang. Research on the Tourist Demands and Evaluation for Public Tourism Services. In: **Tourism and Hospitality Development Between China and EU**. Springer, Berlin, Heidelberg. p. 249-259, 2015.

APÊNDICE

PREZADO(A) VISITANTE:

Participe da pesquisa de satisfação, contamos com você!

Esta pesquisa tem o objetivo de analisar a relação de serviços públicos e a influência na recomendação do local que você está visitando. Para que isso ocorra, é fundamental sua participação nesta pesquisa de opinião.

De maneira nenhuma você será identificado e suas informações serão utilizadas apenas para uso na pesquisa e de maneira alguma seus dados serão utilizados para outros fins.

Os resultados coletados serão analisados de forma global, sem identificar os participantes, assim, podemos assegurar a privacidade e o sigilo das suas opiniões.

Por favor, preencha somente os espaços em cinza []

1. Anote sua idade ▶	1	2. Sexo <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino	2
3. Anote Município onde reside ▶			3

4. Escolaridade:

- () Ensino Fundamental Completo
 () Ensino Médio Completo
 () Ensino Superior Completo
 () Pós-graduação

5. Profissão ▶	
----------------	--

6. Motivo da Viagem ao Destino:

- () à trabalho/negócios
 () Passeio
 () Saúde
 () Religioso
 () Visita a Parentes e Amigos
 () Congresso e Convenções
 () Outros

7. Meio de Hospedagem Utilizado:

- () Hotel
 () Casa/Apart.aluguel /Flat
 () Pousada
 () Casa de Amigos/Parentes
 () Casa Própria
 () Outros

Expresse sua avaliação de acordo com o seu grau de impressão com os serviços da cidade, opinando sobre cada item abaixo. Para isso, utilize a escala de notas a seguir, onde a **nota 1** significa que a frase é totalmente infiel a sua opinião e impressão dos serviços e a nota 10 significando que a frase corresponde totalmente a sua opinião e impressão dos serviços.

Totalmente Insatisfeito	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Totalmente Satisfeito
99 – Não sei responder		
DURANTE A SUA ESTADIA, COMO VOCÊ REPAROU O SERVIÇO PÚBLICO DE SAÚDE NA CIDADE?		Nota de 1 a 10
		Não posso responder
A localidade possui instalações suficientes para atendimento.	01	 
Os profissionais de saúde são competentes em seus atendimentos.	02	
O local possui equipamentos modernos para atendimento e conforto nas instalações.	03	
DURANTE A SUA ESTADIA, COMO VOCÊ REPAROU A QUALIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS?		
Os profissionais foram cordiais comigo durante o atendimento. (garçons, motoristas, guias, recepcionistas, camareiras etc.)	04	
Os profissionais aparentaram ter bom conhecimento nas suas respectivas áreas de atuação.	05	
O atendimento foi rápido e de boa qualidade. (garçons, motoristas, guias, recepcionistas, camareiras etc.)	06	
Senti satisfeito com o nível de qualificação dos profissionais com quem tive contato.	07	
DURANTE A SUA ESTADIA, COMO VOCÊ REPAROU OS ASPECTOS RELACIONADOS AO TRÂNSITO E LIMPEZA DA CIDADE?		
Os locais onde estive apresentaram fornecimento adequado de água.	08	
As ruas até as localidades onde estive estavam em bom estado e asfaltadas.	09	
Os locais onde estive eram limpos	10	
No geral estou satisfeito(a) com a limpeza da cidade.	11	
DURANTE A SUA ESTADIA, COMO VOCÊ REPAROU OS SERVIÇOS DE TRANSPORTE PÚBLICO NA CIDADE?		
O transporte público foi de fácil uso.	12	

Os ônibus, taxi e carros de aplicativo que utilizei foram confortáveis e limpos.	13	
O tempo de espera pelo transporte foi adequado.	14	
Os meios de transporte utilizados foram pontuais.	15	
Estou satisfeito(a) com o serviço de transporte público na localidade.	16	
DURANTE A SUA ESTADIA, COMO VOCÊ REPAROU OS SERVIÇOS RELACIONADOS AO TRÂNSITO DA CIDADE?		
Os agentes responsáveis por organizar o trânsito ajudam no fluxo de carros e motos.	17	
O local apresenta boas condições de ruas e estradas.	18	
A localidade apresenta faixas de pedestres e boa sinalização urbana	19	
O trânsito foi fluido, apresentando pouco tempo de espera.	20	
Posso dizer que estou satisfeito(a) com o serviço de organização do trânsito da localidade.	21	
DURANTE A SUA ESTADIA, COMO VOCÊ REPAROU OS SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO NA CIDADE?		
Pude identificar na localidade Postos de Informações Turísticas.	22	
A localidade possui boa sinalização turística.	23	
Eu tive acesso durante a minha estadia a Mapas e Guias de boa qualidade.	24	
Estou satisfeito(a) com o oferecimento de informações na cidade.	25	
DURANTE A SUA ESTADIA, COMO VOCÊ REPAROU OS SERVIÇOS DE SEGURANÇA PÚBLICA NA CIDADE?		
Percebi boa quantidade de policiais e delegacias na localidade.	26	
Senti-me seguro ao andar pela cidade.	27	
Percebi uma boa infraestrutura da polícia na cidade.	28	
Avalio o município com uma boa atuação na área de segurança pública.	29	
DURANTE A SUA ESTADIA, COMO VOCÊ REPAROU OS SERVIÇOS DE INFRAESTRUTURA DA CIDADE?		
Durante a minha estadia percebi uma boa cobertura de telefonia e internet.	30	
Durante a minha estadia percebi presença de árvores e boa arborização na cidade.	31	
Percebi, durante a minha estadia, baixo nível de poluição na cidade.	32	
DURANTE A SUA ESTADIA, COMO VOCÊ REPAROU OS SERVIÇOS TURÍSTICOS RELACIONADOS ABAIXO?		
Estou satisfeito(a) com o Atendimento de hotéis na cidade.	33	
Estou satisfeito(a) com a quantidade de hotéis.	34	

Estou satisfeito(a) com o Atendimento de bares, restaurantes.	35	
Estou satisfeito(a) com a Oferta de Locadora de Veículos.	36	
Estou satisfeito(a) com as Opções de diversão noturna.	37	
Estou satisfeito(a) com as Opções de Comércio de souvenirs e artesanatos na cidade.	38	
Estou satisfeito(a) com os atrativos turísticos visitados na cidade.	39	

Expresse a sua disposição em recomendar ou não recomendar a cidade do Recife a um amigo ou conhecido.

Para isso, utilize a escala de notas a seguir, onde a nota 1 significa que você **NÃO RECOMENDARIA COM CERTEZA** e a nota 10 que você **RECOMENDARIA COM CERTEZA** a cidade.

NÃO RECOMENDARIA

RECOMENDARIA

COM CERTEZA

COM CERTEZA



99 – Não sei responder

Recomendo a cidade do Recife a um amigo ou conhecido.	40
---	----

Existe algum serviço público não citado que você tenha percebido?

(caso a resposta seja SIM, cite quais serviços seguido de sua avaliação)

1.

2.

3.