

ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DOS TURISTAS DO ESTADO DE SÃO PAULO DURANTE O RÉVEILLON DE 2016 NA ILHA GRANDE, ANGRA DOS REIS, RJ

Wilson Martins Lopes Júnior¹
Sanete Irani de Andrade²

RESUMO

A Ilha Grande faz parte do município de Angra dos Reis, localizado no litoral sul do estado do Rio de Janeiro. É uma ilha procurada cada vez mais por grupos de turistas provenientes de diferentes regiões do País, e também do exterior. O presente estudo teve como objetivo avaliar o nível de satisfação dos turistas paulistas que visitaram a Ilha Grande no *Réveillon* do ano de 2016 a partir do Cais de Santa Luzia, localizado no centro da cidade de Angra dos Reis. A elaboração do estudo ocorreu a partir de questionamentos sobre a avaliação dos turistas em relação à qualidade dos equipamentos e serviços turísticos utilizados. A metodologia contemplou pesquisas bibliográficas e entrevistas estruturadas. Nas considerações finais, concluiu-se que a maioria dos turistas sentiram-se satisfeitos com os equipamentos e serviços de hospedagem e alimentação. Eles também identificaram as praias e belezas naturais da Ilha Grande como maiores fatores atrativos.

PALAVRAS-CHAVE: TURISMO. TURISTAS. SATISFAÇÃO. ANGRA DOS REIS. ILHA GRANDE.

¹ Professor da Universidade Federal Fluminense - UFF. Docente credenciado ao Programa de Pós-Graduação em Turismo - PPGTUR da Universidade Federal Fluminense - UFF de Niterói, RJ. Atua no curso de licenciatura em Geografia do Departamento de Geografia e Políticas Públicas - DGP da UFF de Angra dos Reis, RJ. Coordena o Grupo de Pesquisas Geografia, Espaço e Turismo - GEOETUR. E-mail: wmlopesjunior@id.uff.br

² Mestre em Administração pela Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep). Doutoranda em Educação pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Professora da Universidade Metodista de Piracicaba e Fatec Tatuí. E-mail: sanete.andrade@gmail.com

INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, a predominância da *terciarização da economia*, o setor terciário, de atividades comerciais e prestação de serviços, destaca-se como o grande concentrador de investimentos e gerador de empregos. Essa expressividade ocorreu inicialmente nos países desenvolvidos, posteriormente, nos emergentes, mostrando-se, atualmente, como uma tendência mundial. Uma das atividades do setor terciário é o turismo, que sofreu expressivo crescimento com as inovações tecnológicas que influem na relação tempo-espço.

O turismo é um fenômeno social e econômico que compreende processos distintos, gerando efeitos positivos e, algumas vezes, também, negativos sobre as localidades emissoras e receptoras. Na prática da atividade turística, a localidade receptora é alterada, de modo a atender as diferentes necessidades e expectativas do fluxo de turistas. São infraestruturas e equipamentos turísticos de diferentes ordens, como alimentação, hospedagem, entretenimento, comércio e serviços, entre outros, instalados junto ao atrativo turístico, com vistas a atender à demanda turística.

Com atrativos turísticos associados às belezas naturais de praias e ilhas, destaca-se, no cenário nacional, o município de Angra dos Reis, estado do Rio de Janeiro. Esse município localizado na chamada região da Costa Verde, litoral sul fluminense, é privilegiado por sua baía com mais de 350 ilhas e 2.000 praias que atraem um expressivo fluxo de turistas, nacionais e estrangeiros. Mas é a Ilha Grande, a maior ilha de Angra dos Reis, onde se localizam as praias mais atrativas aos turistas, assim como em sua sede, Vila do Abraão, onde está instalada a maior estrutura turística, alimentícia, de comércio e de hospedagem da Ilha. A partir do Abraão, os turistas alcançam outras praias e vilas com equipamentos turísticos da Ilha Grande.

A presente pesquisa teve como objetivo apresentar o perfil socioeconômico, bem como o nível de satisfação dos turistas paulistas que visitaram a Ilha Grande no *Réveillon*

do ano de 2016, a partir do Cais de Santa Luzia, localizado no município de Angra dos Reis, RJ. A elaboração do estudo ocorreu a partir da seguinte pergunta: Qual a percepção/avaliação dos turistas sobre a qualidade dos equipamentos e dos serviços turísticos utilizados durante o *Réveillon* de 2016 na Ilha Grande?

Com o intuito de respondê-la, assim como compreender a temática envolvida, buscou-se um referencial teórico, no qual se privilegiaram as áreas das Ciências Sociais e Humanas por meio de autores como Kotler, Las Casas, Beni, Ruschmann, Boullón, Grönroos, entre outros.

Nos procedimentos metodológicos, utilizaram-se entrevistas estruturadas aplicadas aos turistas de forma aleatória. A coleta dos dados foi realizada no dia três de janeiro de 2016, final de feriado prolongado do *Réveillon*, alta estação turística, junto ao ponto de parada de ônibus de turismo no Cais de Santa Luzia, local de chegada e saída dos ônibus com seus respectivos turistas que utilizam embarcações para acessar a Ilha Grande. Foram efetuadas 40 entrevistas, com o intuito de conhecer o perfil socioeconômico e a avaliação dos turistas sobre os equipamentos e serviços turísticos de hospedagem, alimentação e comércio utilizados durante o feriado de *Réveillon* do ano de 2016 na Ilha Grande. Todos os turistas abordados concordaram em responder as questões. Recorreu-se à escala tipo *Likert* para avaliação da satisfação desses consumidores que estiveram no destino Ilha Grande, Angra dos Reis.

As pesquisas com essa temática tornam-se relevantes, por contribuírem para a compreensão do perfil dos turistas e o grau de satisfação, ou insatisfação, em relação aos equipamentos e serviços utilizados no destino turístico. Nesse contexto, tanto o poder privado quanto o público, têm condições de realizar um diagnóstico dos serviços prestados aos seus clientes e poderão tomar decisões quanto às fragilidades ou potencialidades apresentadas, tornando-os mais competitivos.

Diante do exposto, apresenta-se, a seguir, o referencial teórico-metodológico que sustentou este estudo, posteriormente, a metodologia, os resultados e análise e os autores nos quais a temática foi amparada.

CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS: O TURISMO E A QUALIDADE DOS SERVIÇOS

Existe uma ampla discussão teórico-conceitual sobre o entendimento do turismo, haja vista sua amplitude e complexidade, o que faz com que coexistam formas particulares de defini-lo, seja por órgãos públicos, seja por instituições de pesquisas e outros. Tal discussão é realizada em alguns trabalhos prévios de Fonseca e Lopes Júnior (2016) e Lopes Júnior (2016). O turismo é uma prática social, dinâmica e complexa, que compreende diferentes fatores, como, por exemplo, os econômicos, ambientais e culturais. A prática turística caracteriza-se pelo deslocamento do fluxo de pessoas em suas viagens, especialmente com finalidades de lazer e recreação, somadas com todas as ações envolvidas na realização delas. Nessa perspectiva, durante as viagens, os turistas utilizam diferentes equipamentos de serviços, de hospedagem, de alimentação, de transportes, entre outros. “O turismo pode ser pensado como o conjunto de relações e fenômenos originados com as viagens e estadas temporárias de pessoas que estão viajando sobretudo a lazer ou com finalidades recreativas” (PEARCE, 2003, p. 25).

Para o turismo, a viagem, ou o deslocamento das pessoas no espaço, é essencial; para tanto, é necessário um conjunto de infraestruturas e equipamentos nas localidades emissoras e receptoras. Dessa forma, a infraestrutura existente no território de uma localidade é absorvida, ou até alterada, para corresponder ao uso do turismo.

Segundo Cruz (2000, p. 19), “para que o turismo possa acontecer, os territórios vão se ajustando às necessidades trazidas por essa prática social.” As infraestruturas que existem, e outras instaladas, especificamente no território, são elementos essenciais para a atividade turística e, por sua vez, provocam alterações socioespaciais, permitindo por meio de seu estudo, o conhecimento do turismo em determinado local.

A infraestrutura está associada ao suporte para o desenvolvimento da economia e de outras atividades, sendo geralmente percebida pela existência de rodovias, usinas hidrelétricas, ferrovias, portos, aeroportos, sistemas de telecomunicações, rede de distribuição de água e tratamento de esgoto etc. A infraestrutura compreende elementos presentes no território e utilizados pelo turismo, como, por exemplo, a rede de esgoto e

de distribuição de água, assim como outros elementos que são instalados em razão da prática turística, como hotéis, pousadas, restaurantes e outros.

Portanto, durante o processo de deslocamento dos turistas, desde o espaço emissor até o espaço receptor (destino), o turismo exige infraestrutura e equipamentos para suporte à sua prática. No espaço receptor, onde se encontram os atrativos turísticos, essa necessidade de infraestrutura, de equipamentos e de serviços é ainda mais expressiva. Boullón (2002) afirma que os atrativos turísticos oferecem equipamentos e serviços como de hospedagem, alimentação, entretenimento, além de outros para desempenhar as suas funções com qualidade.

O atrativo turístico é, de acordo com Beni (2004, p. 302) “[...] todo lugar, objeto ou acontecimento que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los”. Portanto, no espaço receptor, está o atrativo turístico responsável por atrair o fluxo de turistas que necessitam de infraestrutura, de equipamentos e de serviços com qualidade e funcionalidade capaz de atender as necessidades dos turistas.

Diante do exposto, merece destaque o personagem essencial para que o turismo ocorra: o turista. Esse é o indivíduo que se desloca no espaço, sai do seu lugar de morada, ou seja, viaja utilizando-se de diferentes infraestruturas e equipamentos turísticos, de modo a expressar a dinâmica do turismo. Os turistas são os consumidores do turismo, ou seja, os clientes que vislumbram o consumo de um lugar com as suas particularidades, produtos e serviços que compõem o seu sistema turístico (FONSECA; LOPES JÚNIOR, 2016, p. 6).

Nesse contexto, o turista deseja ser correspondido em suas necessidades e expectativas, ser bem acolhido, com hospitalidade. Há diferentes entendimentos sobre a hospitalidade, mas, de modo amplo, está relacionada ao ato de bem acolher o hóspede. Cruz (2002) apresenta esse conceito como a oferta de hospedagem e alimentos, envolvendo inúmeras estruturas, serviços e atitudes que visem o bem-estar do hóspede.

O turista, ainda na fase de planejamento de sua viagem, já vislumbra a prestação de serviços específicos de hospedagem, alimentação, transportes e outros, essenciais para atender às suas necessidades. De acordo com Lemos (1999), os bens e os serviços que o consumidor, no caso o turista, se dispõe a pagar por determinado tempo, local e qualidade, corresponde à demanda turística. No entendimento de Montejano (2001), a

demanda turística corresponde aos turistas (individuais ou em grupo) que, ao serem estimulados por produtos e serviços turísticos, buscam descanso, recreação, cultura, entre outros aspectos para as suas férias (ou passeios).

Associada à demanda turística está a oferta turística, que, segundo Lage e Milone (2000a), é expressa pelos bens e serviços oferecidos por preço e período de tempo determinados aos turistas. Lage e Milone (2000b) dividem a oferta turística em atrativos, equipamentos e serviços, e infraestrutura. Nesse contexto, compreendidos na oferta turística encontram-se os equipamentos e serviços necessários ao atendimento dos turistas como hospedagem, alimentação, lazer e outros.

Esses equipamentos e serviços são características particulares do turismo, por serem intangíveis, ou seja, não é um produto que se adquire e leva-se para consumi-lo em outro lugar, pelo contrário é vivenciado. Também são as experiências relatadas por outros turistas, como a divulgação de imagens (fotografias e vídeos), assim como a própria satisfação com a qualidade dos serviços e equipamentos utilizados que são decisivos na compra (consumo do turismo).

A troca de informações entre pessoas é muito comum antes de o cliente decidir pela aquisição de um produto e serviço. Para Kotler e Keller (2006), os clientes, antes de decidirem sobre qual serviços vão adquirir, costumam informar-se com outros clientes que utilizaram o mesmo serviço. Outro aspecto relevante, segundo Kotler (1998), é a característica de interação entre o prestador de serviços e o cliente, isso porque os serviços são produzidos e consumidos ao mesmo tempo, o que, por sua vez, explica que os serviços sejam variáveis.

Ao longo dos anos, o conceito de qualidade, inicialmente apresentado pelas obras acadêmicas do setor de manufatura, evoluiu para a área de serviços e, na década de 1980, surgiram os primeiros trabalhos propondo investimentos na qualidade em serviços (GRÖNROOS, 1984; PARASURAMAN, ZEITHAMEL E BERRY, 1985). Esses trabalhos apresentam uma comparação entre expectativa e percepção dos consumidores e, a partir disso, desenvolveu-se um trabalho identificado de lacunas (*gaps*) entre a percepção e a intenção da empresa no fornecimento de atividades intangíveis. Essa estrutura deu origem a uma escala chamada SERVQUAL, conforme

afirmam Lovelock e Wright (2001, p. 119). Trata-se de uma ferramenta para coletar informações dos clientes a respeito da qualidade dos serviços.

Ao adquirirem os produtos e serviços, os compradores desejam atender as suas expectativas e necessidades, ou seja, obter satisfação. Conforme Bignami (2002), Paiva (1995) e Ruschmann (1990), é a possível satisfação a realizar-se no destino turístico que estimula o cliente turista a comprar a viagem/turismo. A satisfação do consumidor, no entendimento de Kotler (1998, p. 53) “[...] é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas das pessoas”.

Os consumidores, em geral, têm-se mostrado cada vez mais exigentes em relação à qualidade de produtos e serviços. Para Las Casas (2009, p. 89), “[...] qualidade em serviços está ligada à satisfação. Um cliente satisfeito com o prestador de serviços estará percebendo um serviço como de qualidade”.

Kotler (1998) explica que o consumidor compara as suas expectativas com o resultado do produto ou serviços adquiridos, ou seja, a diferença entre o valor de compra e os benefícios recebidos. Dessa relação/comparação, evidencia-se o prazer e a satisfação, ou ainda, a frustração em relação ao produto/serviço adquirido.

Para Zeithaml e Bitner (2005, p. 88), “[...] satisfação é uma avaliação feita pelo cliente com respeito a um produto ou serviço contemplando ou não as necessidades e expectativas do próprio cliente [...]”.

Em sua pesquisa sobre a qualidade dos serviços turísticos no setor de restaurantes, Trindade; Medeiros; Costa (2009) destacam que o consumidor avalia a qualidade de um produto ou serviço a partir de suas necessidades em um momento específico. Aspecto também a considerar é o da satisfação e toda a realização ocorrida no local turístico, que faz com que o turista retorne a um destino já conhecido. Segundo Perez-Nebra e Torres (2002), o turista tem a intenção de retorno a uma localidade visitada, quando sente correspondidas suas necessidades e fica satisfeito com os serviços que lhe foram oferecidos. Assim, o êxito de uma localidade turística depende diretamente da satisfação do turista.

Nesse sentido, sobre a relação entre consumidores e serviços, Normann (1993) alerta que consumidores recebem bem serviços com qualidade acima do esperado, todavia, não aceitam serviços com qualidade inferior ao que esperavam, o que, muitas vezes, leva-os a registrar reclamações.

O constante aumento de níveis de exigência dos clientes por qualidade em produtos e serviços impulsiona as empresas a realizarem pesquisas que busquem a compreensão do grau de satisfação ou insatisfação dos seus clientes. Posteriormente, torna-se possível colocar em prática a melhoria dos seus serviços e produtos, visando à competitividade de sua empresa. No caso do turismo, a melhoria na qualidade em infraestrutura e serviços prestados faz-se essencial para a consolidação de um destino turístico competitivo.

Na área de serviços turísticos, a avaliação da qualidade é importante instrumento para conhecer como o seu produto turístico é recebido pelos consumidores/turistas, de modo que a qualidade se apresenta como uma vantagem competitiva. Portanto, pesquisas sobre o perfil dos turistas e o seu grau de satisfação favorecem o diagnóstico de situações a serem alteradas, de modo a tornar o negócio mais competitivo. Ou seja, conhecer o nível de satisfação dos clientes com a qualidade dos serviços recebido é imprescindível para realizar ajustes, para que o ofertado corresponda às expectativas dos turistas, de modo a satisfazê-los plenamente.

Destaca-se que os serviços, bem como a qualidade nos serviços são processos ou atividades intangíveis por natureza. Kotler (1998) afirma ser necessário que os prestadores do serviço identifiquem a expectativa do público-alvo quanto à sua qualidade, já que é muito mais difícil de se mensurar, quando comparada à qualidade do produto. Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) apresentam as características específicas que auxiliam na mensuração do padrão de qualidade dos serviços, conforme o Quadro 1.

QUADRO 1 Características que auxiliam na mensuração do padrão de qualidade dos serviços.

| Características | Significado |
|------------------------|--|
| Competência | possuir as habilidades e o conhecimento necessários |
| Compreensão do cliente | fazer um esforço para compreender as necessidades do cliente |
| Comunicação | compreender, bem como ouvir os clientes |
| Confiabilidade | envolver coerência no desempenho e constância |
| Cortesia | envolver boas maneiras, respeito, consideração e contato amigável do pessoal |
| Rapidez de resposta | envolver confiança, crédito, honestidade e envolvimento com os interesses do cliente |
| Segurança | estar livre dos perigos, riscos ou dúvidas |

Fonte: PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY (1985)

Independente da natureza dos serviços, esses são os valores que levam os clientes a identificarem a qualidade. A qualidade em serviços tem uma ligação direta com a satisfação. Las Casas (2009) argumenta que as empresas deveriam planejá-los e oferecê-los baseados na qualidade, para gerar satisfação aos clientes atendidos, que, possivelmente, voltam a comprar ou indicam outros de seu relacionamento.

Lovelock e Wright (2001) afirmam que, antes mesmo da compra dos serviços, os clientes possuem expectativas sobre a qualidade do serviço, com base em necessidades individuais, experiências passadas, recomendações de terceiros e propaganda de um fornecedor de serviços. A comparação entre a qualidade esperada e a recebida é feita após a compra. Se a qualidade na entrega do serviço estiver abaixo do nível adequado esperado pelos clientes, ocorre uma lacuna na qualidade entre o desempenho do fornecedor de serviço e as expectativas do cliente. A lacuna no serviço é de extrema importância no processo de avaliação do cliente sobre o serviço esperado, pois serve de base para que se promovam ações para estreitar o máximo possível essa lacuna.

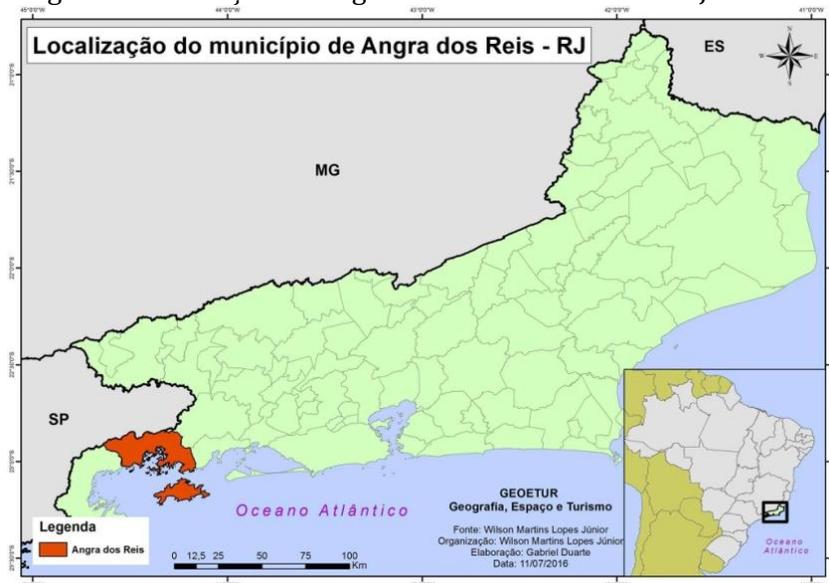
Diante do exposto sobre o entendimento do turismo e a qualidade em serviços e a satisfação dos clientes, evidencia-se a necessidade de apresentar a área de pesquisa do presente artigo, ou seja, o município de Angra dos Reis e a Ilha Grande.

ÁREA DE ESTUDO: ANGRA DOS REIS, RJ

O município de Angra dos Reis está localizado no sul fluminense, distante 140 km da capital do Rio de Janeiro (Figura 1). A população de Angra dos Reis é de 169.511 habitantes, enquanto a do Estado do Rio de Janeiro é de 15. 989. 929 hab., portanto, representando aproximadamente 1% da população do estado (IBGE, 2010).

Compreendidos entre a Serra do Mar e o Oceano Atlântico, os bairros e distritos de Angra dos Reis se apresentam descentralizados e distribuídos ao longo da rodovia BR-101. Conforme Ab'Saber (2003), Angra dos Reis faz parte de uma área do território brasileiro com aspectos ecológicos e paisagísticos dos mais complexos, conhecido como domínio morfoclimático dos Mares de Morros.

Figura1 Localização de Angra dos Reis no Estado do RJ



Fonte: LOPES JÚNIOR (2016).

Angra dos Reis é um município que se destaca em função, principalmente, do projeto nuclear brasileiro, mas também pela indústria naval e pelo turismo, perpetuado pelas mais de 2000 praias e 365 ilhas, localizadas tanto no litoral quanto na baía da Ilha Grande (destaque para a Vila do Abraão, detentora de seu principal núcleo urbano).

Além disso, concentra atividades no setor petrolífero (armazenamento e transporte), produção naval e pesca.

Na evolução histórica de Angra dos Reis, notam-se diferentes fases de desenvolvimento e de estagnação, associadas aos ciclos econômicos nacionais como da cana-de-açúcar, ouro e café. De igual forma, em sua História mais recente, o desenvolvimento da cidade atrelou-se a grandes projetos de âmbito federal, principalmente no período da ditadura militar. Esses diferentes momentos foram decisivos na configuração espacial do município de Angra dos Reis.

A sua origem, de acordo com Guimarães (1997), data de 1502, desempenhando, a partir de então, papel central em diferentes contextos econômicos ao longo do tempo, o que é justificado não só pela sua localização estratégica, mas também por suas características físico-geográficas. Ao longo dos séculos (XVI-XIX), o município teve participação expressiva na economia brasileira. Inicialmente, isto se deu, de acordo com Guimarães (1997) e Machado (1995), pela produção de aguardente durante o ciclo do açúcar e, posteriormente, devido ao escoamento do ouro proveniente de Minas Gerais e, pouco depois, para o café cultivado no Vale do Paraíba. O tráfico de escravos foi uma constante ao longo de todo esse período.

No século XX (notadamente, na década de 1970), Angra dos Reis se tornou objeto de interesse para os projetos do Governo Federal (militar, à época). Eles visavam à consolidação de grandes empreendimentos no município, dos quais se destacam hoje, conforme Bertonecello (1992): BR-101 (Rio-Santos); Central Nuclear Almirante Álvaro Alberto - CNAA; Terminal da Baía da Ilha Grande - TEBIG. Todos esses empreendimentos, na perspectiva de Bertonecello (1992), são decorrentes de medidas tomadas na esfera federal e que, em parte, favoreceram o desenvolvimento econômico de Angra dos Reis, mas também provocaram alterações consideráveis na realidade espacial angrense. Para Bertonecello (1992, p. 99), "A autonomia e isolamento refletiu no fato de o local não se beneficiar do progresso que os empreendimentos representavam. O caráter autônomo destes e a sua gestão a escala nacional, fizeram com que os efeitos locais fossem mínimos".

Quanto à implementação do turismo propriamente dito no sul fluminense, pode-se dizer que decorreu, principalmente, da instalação da BR-101 o que favoreceu o acesso a essa região. Conforme Egler; Pires do Rio (2004, p. 9) "Durante muitos anos, o litoral Sul permaneceu como uma das áreas mais isoladas e de fraca integração com a metrópole, sendo aberta para implantações industriais e turísticas quando da construção da rodovia Rio- Santos, nos anos 70".

Segundo Alves Filho (2004), tornou-se uma prioridade do Governo Castelo Branco facilitar o acesso ao sul fluminense, uma vez que a região era especialmente isolada. Além disso, outros argumentos de peso para a instalação da rodovia, apresentados por Telles (2012) e Alves Filho (2004), respectivamente, foram o caráter turístico do empreendimento, representado à época pela Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR (posteriormente denominada Instituto Brasileiro de Turismo), e a sua utilização como rota de fuga em caso de emergências, obrigatória a partir da implantação de usinas nucleares.

Após sua implantação, a rodovia estimulou a construção de segundas residências, hotéis, pousadas e outros equipamentos turísticos, assumindo papel decisivo ao fluxo de turistas para a Costa Verde. Na perspectiva de Siqueira (1989, p. 63), "[...] a estrada poderia ser considerada um importante equipamento turístico, uma vez que dava oportunidade a um grande intercâmbio provocado pela busca das praias e da natureza por parte das populações das grandes cidades do macroeixo Rio/São Paulo".

As interferências espaciais diretas no território do município de Angra dos Reis, por meio dos grandes empreendimentos que foram expostos, assim como a política nacional de desenvolvimento do turismo, colaboraram para a instalação de empreendimentos turísticos que, por sua vez, influíram diretamente na estruturação do turismo no município. Com a implementação dos diferentes empreendimentos mencionados, em especial da construção da BR-101, assim como a implementação da Política Nacional de Desenvolvimento do Turismo, nas décadas de 1970 e 1980, o turismo foi-se estruturando em Angra dos Reis.

Nessa perspectiva, na década de 1990, Angra dos Reis tornou-se presente na mídia com seu potencial turístico de belas ilhas e praias, atrativos esses responsáveis

pelo fluxo de empresários, políticos, artistas, enfim, a classe mais abastada com condições de adquirir, ou construir, luxuosas casas em ilhas da baía da Ilha Grande, em condomínios de alto padrão, ou ainda hospedar-se em *resorts* em Angra dos Reis. Por outro lado, turistas com menor poder aquisitivo também são presentes, no entanto, dirigem-se a pousadas, *hostels*, *campings*, menos sofisticados do continente e da Ilha Grande. O turismo consolidou-se, portanto, voltado para a classe mais privilegiada.

Por outro lado, essas medidas também provocaram sérias alterações socioespaciais, como, por exemplo, a valorização de terrenos e a consequente especulação imobiliária, além de favorecer grupos específicos, e não a população local. Para Guimarães (1997, p. 50) “O projeto turístico tem por base a mudança no uso do solo de todo o município, e, conseqüentemente, sua transformação. [...] No entanto, o que antes parecia um projeto para o conjunto da cidade começou a dividi-la”.

Ainda na década de 1990, conforme Pocidonio e Silva (2011), a Associação de Turismo da Costa Verde, em parceria com o Sebrae e com a Prefeitura Municipal de Angra dos Reis, instituiu os Corredores Turísticos. Esse processo de zoneamento a partir dos atrativos turísticos, assim como da sua posição geográfica, possibilitou a criação de zonas específicas de turismo — os corredores turísticos. Nessa perspectiva, criaram-se os seguintes corredores turísticos no município de Angra dos Reis: Corredor Turístico do Centro; Corredor Turístico da Ponta Leste; Corredor Turístico Ponta Sul; Corredor Turístico da Estrada do Contorno e o Corredor Turístico da Ilha Grande.

Justamente o Corredor Turístico da Ilha Grande, constitui um dos mais procurados pelos turistas que escolhem Angra dos Reis como destino, sendo a própria Ilha Grande o maior centro receptor de turistas. A Ilha Grande, possui por volta de 193 km², apresentando 30 km de comprimento e 14 km de largura; tem a sua sede na Vila do Abraão. A Ilha apresenta mais de uma centena de praias, tem sua extensão territorial protegida por leis ambientais e está coberta por densa vegetação do bioma de mata atlântica, características essas atrativas ao turismo.

A Ilha Grande, com quase todo o seu território protegido por leis ambientais que ali criaram uma reserva biológica e um Parque Estadual, [...] Seu território não se diferencia muito do encontrado no continente, com uma faixa bastante exígua de terras planas junto ao mar e costões abruptos isolando várias de suas

praias [...] A densa vegetação que recobre as ilhas e serras é composta de representantes de diversos ecossistemas, como mangues, vegetação de restinga e florestas de várias classificações que compõem o grande bioma denominado Mata Atlântica [...] (ALVES FILHO, 2004, p. 52).

Com relação ao surgimento do turismo na Ilha Grande, merece ênfase a observação de Mendonça (2008): segundo ele, todo o desenvolvimento da prática do turismo na Ilha Grande, iniciou-se após o encerramento das atividades do Instituto Penal Cândido Mendes (1940 – 1994). Para Prado (2005, p. 270) "[...] com a extinção do Presídio na década de 1990, o turismo vem se consolidando como a atividade econômica mais importante do lugar". O fluxo de turistas para a Ilha tornou-se intenso, segundo Mendes, (2014) já foi registrado o desembarque de 20.000 pessoas na Ilha Grande, isso somente em um único dia. No ano de 2015, conforme Schmidt (2016), a Ilha Grande recebeu 450.000 turistas, com expectativa de aumento desse fluxo para o ano de 2016.

Nesse quadro, se a passagem "do presídio ao turismo" é, na visão de muitos, um eixo explicativo para o que vem ocorrendo na Ilha, a Vila do Abraão - a "capital da Ilha", aonde aportam e de onde saem as barcas de passageiros em conexão com Angra e Mangaratiba - parece condensar as repercussões desse fato. É uma Ilha agora vista como "exposta", "invadida". (PRADO, 2005, p. 271).

É a Vila do Abraão que polariza o maior fluxo de turistas, porque, nessa sede do distrito da Ilha Grande, concentra-se a mais significativa infraestrutura urbana, equipamentos turísticos, como posto dos correios, Corpo de Bombeiros, Polícia Militar, escola, mercados, pousadas, restaurantes e bares, entre outros.

A ligação entre a Ilha Grande, em particular a Vila do Abraão, e a porção continental da cidade de Angra dos Reis é realizada por barcos que fazem o traslado partindo dos Cais de Santa Luzia e da Lapa. Há empresas privadas e pública que prestam esse serviço e o tempo de duração dessa viagem é de, aproximadamente, 1h10min a 1h30min para percorrer o trajeto de 22 km, utilizando-se a barca da empresa CCR - Barcas. Já as embarcações menores, de empresas privadas, percorrem o mesmo percurso em 30min a 1h40min, o que depende do tipo de embarcação.

Merece destacar que algumas embarcações privadas fazem o trajeto entre a cidade de Angra dos Reis (Cais de Santa Luzia) e outras localidades da Ilha Grande com

menor estrutura que a Vila do Abraão, mas que possuem pousadas, *campings*. Entre essas localidades, pode-se citar: Araçatiba, Enseada do Sítio Forte, Provetá, Japariz, Praia Vermelha, Aventureiro, entre outras.

Em relação às suas praias estima-se que a Ilha Grande tenha por volta de 113 praias, algumas inabitadas, apresentando fauna e flora exuberante, enquanto outras possuem comunidades de moradores e pescadores, entre as quais as mais expressivas são: Enseada do Abraão; Enseada de Palmas; Dois Rios; Provetá; Praia Vermelha; Enseada de Araçatiba; Longa; Enseada de Sítio Forte; Enseada do Bananal; Saco do Céu; Enseada das Estrelas.

Nesse artigo, até o momento, apresentaram-se o município de Angra dos Reis e a Ilha Grande; na sequência, destaca-se a metodologia empregada, seguida dos resultados e análises.

METODOLOGIA

Nesta pesquisa privilegiou-se o método quantitativo com a realização de entrevistas estruturadas utilizado na investigação do perfil dos turistas e do seu grau de satisfação. A presente pesquisa está dividida em duas fases: a primeira compreendeu a revisão de literatura por meio de pesquisa bibliográfica, que levantou estudos que forneceram o embasamento teórico. Entende-se aqui a pesquisa bibliográfica “[...] aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc.” (SEVERINO, 2007, p. 122). Nesse sentido, privilegiou áreas como Ciências Sociais e Humanas, tendo como diretriz definições e conceitos de turismo e satisfação do cliente. Nessa etapa, destacaram-se autores como Philip Kotler, Alexandre Luzzi Las Casas, Mário Beni, Doris Ruschmann, Roberto Boullón, entre outros.

A segunda fase correspondeu à pesquisa de campo por meio da realização de entrevistas. Com relação a esse procedimento metodológico, adotou-se o modelo de entrevista estruturada ou formalizada. Para Gil (1999), esse procedimento se baseia em perguntas fixas, aplicadas a todos os entrevistados, configurando-se como a melhor

maneira de entrevista em levantamentos sociais, uma vez que colabora com o tratamento quantitativo dos dados coletados. Esse método destaca-se por vantagens como a padronização das respostas e a sua rapidez.

A entrevista estruturada aplicada nesta pesquisa, compreendeu quatorze questões divididas em três partes. Na primeira parte, cinco questões abordaram o perfil socioeconômico dos turistas, envolvendo aspectos como procedência, idade, estado civil, escolaridade, e renda mensal. Na segunda parte, cinco questões compreenderam aspectos relativos à escolha e à estada dos turistas na Ilha Grande. Levantaram-se informações sobre a forma pela qual os turistas souberam do destino ou decidiram por ele; o tipo de hospedagem; o gasto médio; assim como identificou-se um ponto positivo e outro negativo de realizar turismo na Ilha Grande. Na terceira parte, com quatro questões, buscou-se avaliar a satisfação dos turistas em relação aos serviços e equipamentos turísticos de hospedagem, alimentação, comércio e serviços em geral, além da hospitalidade na Ilha Grande. Merece ênfase que, nas questões dessa terceira parte, referentes a satisfação dos turistas, utilizou-se uma escala de tipo *Likert* com cinco categorias: 1 (péssimo), 2 (ruim), 3 (regular), 4 (bom) e 5 (ótimo). Por meio desse método buscou-se conhecer a avaliação negativa ou positiva dos turistas a respeito dos serviços e equipamentos turísticos.

A coleta dos dados foi realizada em 03/01/2016, final de feriado prolongado do *Réveillon*, período de alta estação turística, junto ao ponto de parada de ônibus no Cais de Santa Luzia, local de chegada e saída dos ônibus com seus respectivos turistas que utilizam de embarcações para acessar a Ilha Grande.

Foram convidados a participar desta pesquisa turistas de 08 (oito) ônibus provenientes do estado de São Paulo, esses contavam com 40 (quarenta) a 44 (quarenta e quatro) passageiros cada; foram entrevistados 5 (cinco) turistas – passageiros por ônibus, ou seja, total de 40 (quarenta) entrevistados. Os entrevistados eram turistas provenientes das seguintes cidades do estado de São Paulo: São Paulo - capital (3 ônibus, 15 entrevistados); Campinas (2 ônibus, 10 entrevistados); Osasco (1 ônibus, 5 entrevistados); Guarulhos (1 ônibus, 5 entrevistados); Mauá (1 ônibus, 5 entrevistados).

Antes da realização das entrevistas, foram contatados os motoristas e guias turísticos dos respectivos ônibus, para explanar sobre a realização da pesquisa. A seleção foi aleatória, mas buscou-se pessoas com idade superior a dezesseis anos, e que tivessem passado mais de 24 horas na Ilha Grande.

A pesquisa privilegiou somente turistas vindos do estado de São Paulo. Isso se explica devido ao número de turistas paulistas ser muito expressivo no município de Angra dos Reis, e por ser facilmente identificado pelo número de ônibus provenientes desse estado. Na pesquisa de Lopes Júnior intitulada “Avaliação do fluxo de ônibus fretados na cidade de Angra dos Reis, RJ” (ainda não publicada), realizada no ano de 2015, o pesquisador identificou que a maioria dos ônibus de turistas que se dirigiram para Angra dos Reis eram originários do estado de São Paulo. De um total de 54 (cinquenta e quatro) ônibus de turistas pesquisados por esse autor, 36 (trinta e seis), isto é, 67% eram oriundos do estado de São Paulo.

Em outra pesquisa, Lopes Júnior (2016) identificou que o estado de São Paulo é o segundo maior emissor de turistas para Ilha Grande que utilizam automóveis. Nessa pesquisa, os turistas paulistas destacaram-se como a maioria que utilizou os estacionamentos privados da cidade de Angra dos Reis para, posteriormente, por meio do uso de embarcações, alcançarem a Ilha Grande.

Outro indicativo da representatividade dos turistas paulistas em Angra dos Reis é apontado por Pires (2016), funcionário da Fundação de Turismo de Angra dos Reis - TurisAngra. De acordo com essa Fundação, em uma amostra de 06 (seis) finais de semanas dos meses de dezembro de 2015 e janeiro de 2016, o município de Angra dos Reis recebeu 560 ônibus de visitantes. Desse total de veículos, 75% foram provenientes do estado do Rio de Janeiro, porém, a maioria realizou passeio de escuna de um dia, ou seja, eram excursionistas. Por outro lado, 10% do total de veículos originaram-se do estado de São Paulo e, em sua maioria, hospedaram-se em pousadas e hotéis do município, configurando-se como turistas. Os outros percentuais restantes corresponderam ao estado de Minas Gerais, além de outros estados e países.

Diante do exposto, nota-se a expressividade dos turistas paulistas para o município. Mas, ainda em relação a essa pesquisa, merece destacar que no período

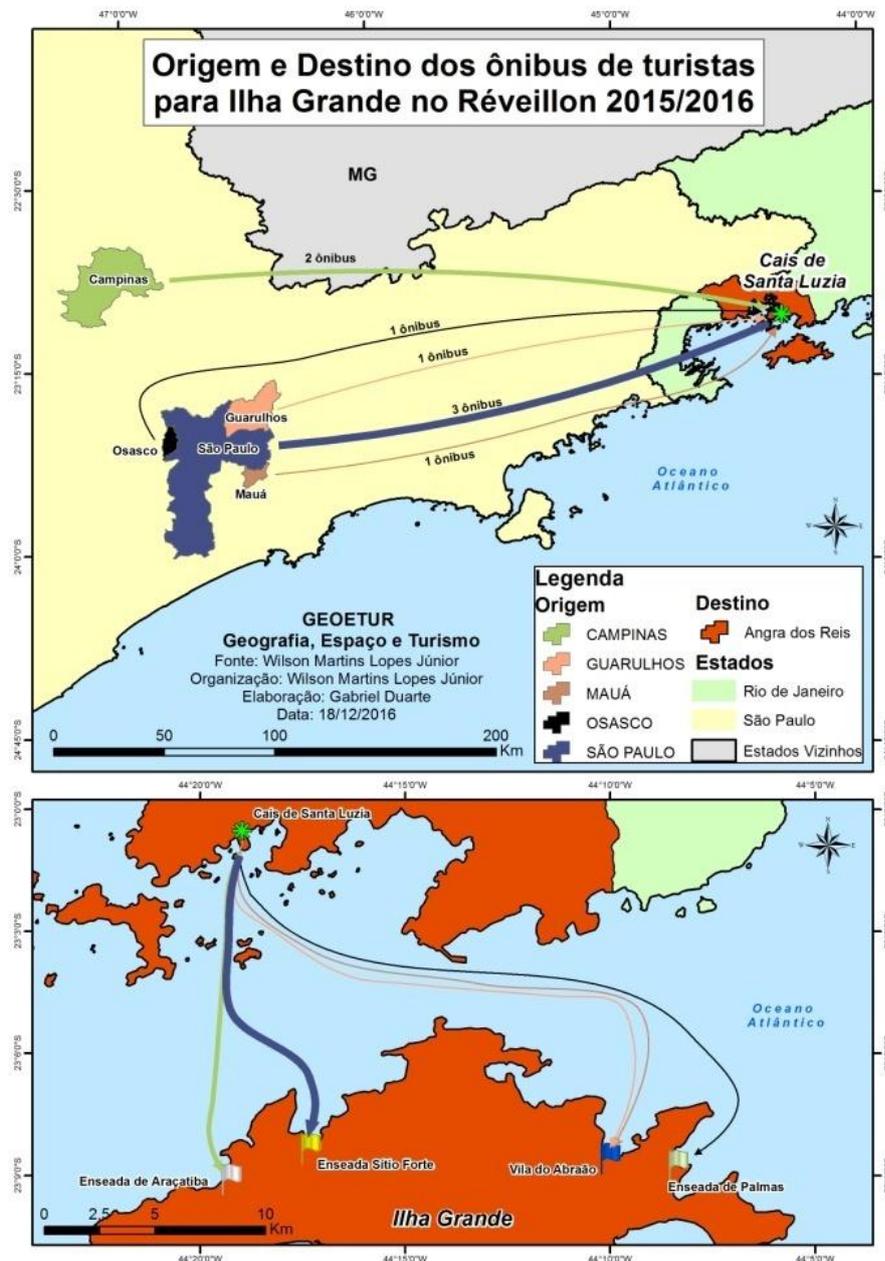
verificado, Angra dos Reis recebeu 56 ônibus do estado de São Paulo, ao passo que, na pesquisa que originou o presente artigo, a amostragem de um único dia foi de 08 (oito) ônibus, ou seja, aproximadamente 15% do total de veículos provenientes do estado paulista.

De acordo com o exposto sobre o fluxo de turistas paulistas para o município de Angra dos Reis, optou-se por pesquisar os ônibus de turistas justamente provenientes do estado de São Paulo. Por fim, após a coleta, os dados foram tabulados e, posteriormente, elaboradas as tabelas e os gráficos para análise e interpretação, conforme apresentados a seguir.

RESULTADOS E ANÁLISES

Nesta seção, revelam-se os resultados da pesquisa aplicada aos turistas, conforme mencionado na metodologia deste estudo. No entanto, inicialmente, apresenta-se a Figura 2, que corresponde a um mapa elaborado a partir dos dados coletados em janeiro do ano de 2016. Nesse mapa, demonstra-se os municípios de origem de cada ônibus — grupo de turistas que se dirigiram para o Cais de Santa Luzia, Angra dos Reis, antes de embarcarem para o destino final, Ilha Grande. Ainda na referida ilustração, exibem-se as localidades específicas, ou seja, as praias da Ilha Grande para onde os turistas se dirigiram.

FIGURA 2 – Origem e destino dos ônibus de turistas para Ilha Grande no Réveillon 2016



Fonte: O pesquisador

De acordo com os resultados tabulados, os turistas que frequentam a Ilha Grande têm o seguinte perfil: a maioria deles é constituída de moradores dos municípios de São Paulo (37%) e Campinas (25%); são solteiros (70%); têm entre 18 e 30 anos (70%), completaram o Ensino Médio (50%) ou Ensino Superior (35%); escolheram esse destino

por indicação de familiares ou amigos (22%), ou por meio de propagandas veiculadas na mídia (13%).

Verifica-se também que a maioria dos respondentes opta por hospedar-se em pousada (85%) a *camping* ou hotéis; 57% gastam entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00 por dia e 18% gastam mais de R\$301,00 por dia. Apenas 5% gastam até R\$ 100,00/dia. Essas afirmações podem ser conferidas nos Gráficos 1, 2 e 3, respectivamente.

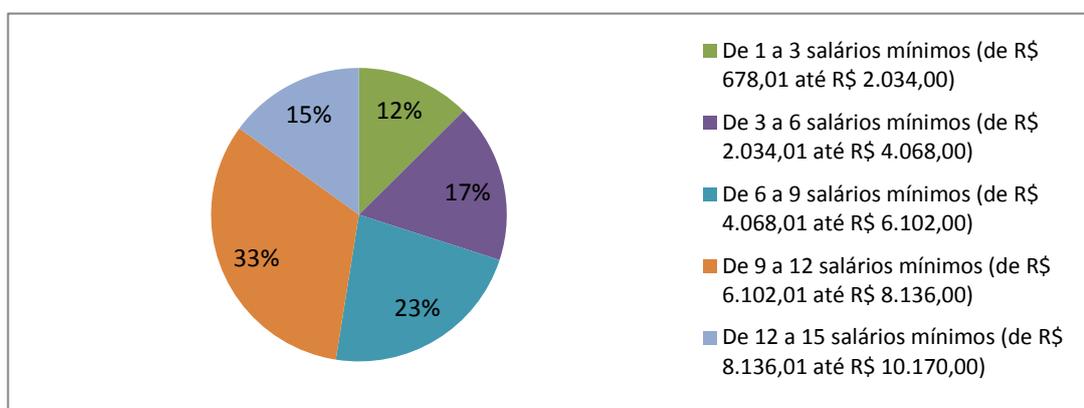


GRÁFICO 1 – Renda média dos turistas

Fonte: Pesquisa de Campo, 2016

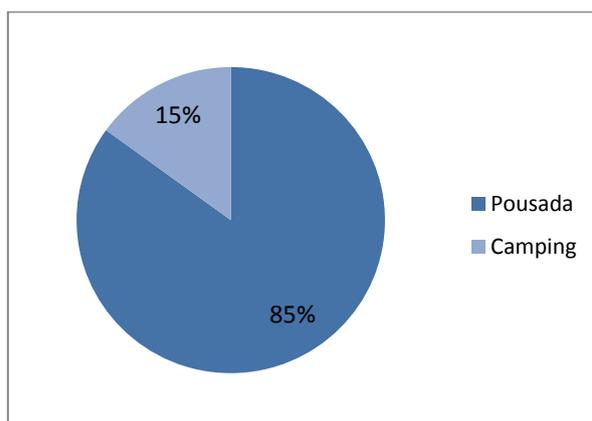


GRÁFICO 2- Tipo de hospedagem escolhida

Fonte: Pesquisa de Campo, 2016

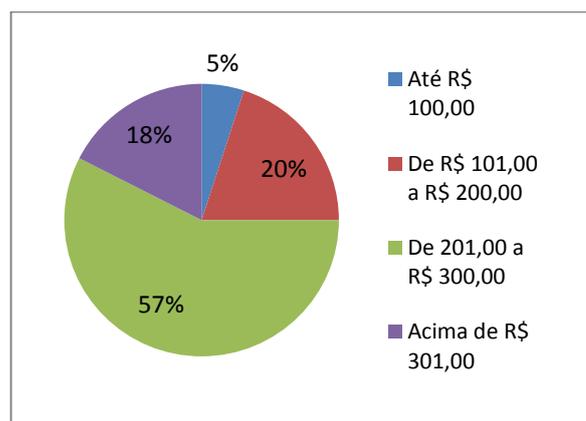


GRÁFICO 3- Gastos médios diários

Fonte: Pesquisa de Campo, 2016

Quanto às avaliações dos locais, verificou-se que os pontos destacados positivamente pelos turistas estão relacionados à natureza, à beleza natural das praias (80%), seguidas pela tranquilidade do local (20%). Já os pontos negativos são a falta de opção de entretenimento à noite (62%), seguida pela falta de ar condicionado em alguns espaços que frequentaram (20%). Esses dados podem ser verificados nos Gráficos 4 e 5, respectivamente.

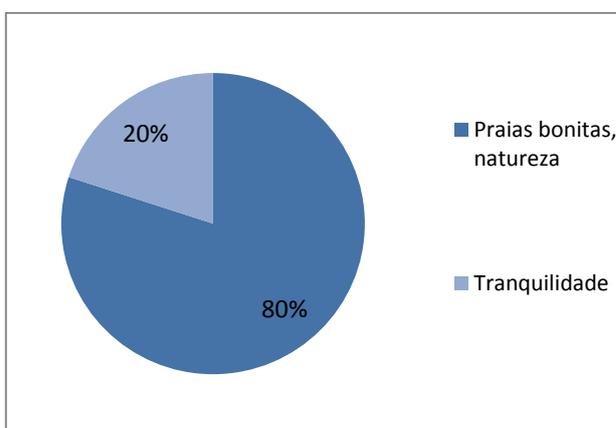


GRÁFICO4- Avaliação: pontos positivos
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016

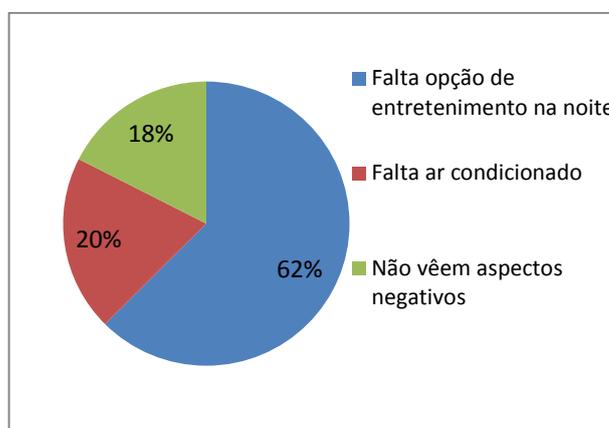


GRÁFICO5- Avaliação: pontos negativos
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016

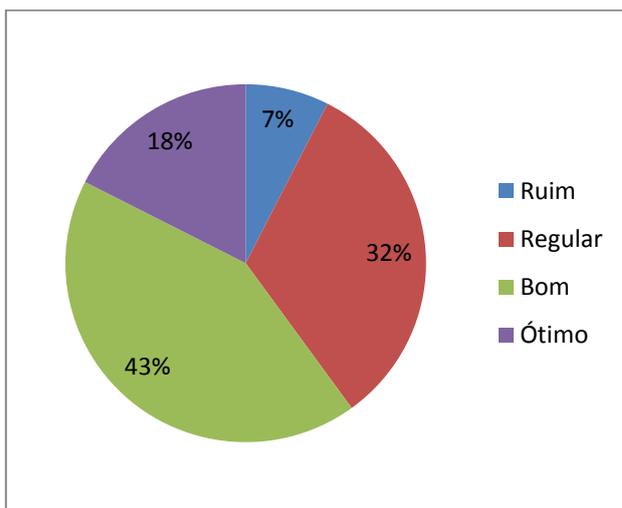


GRÁFICO 6- Avaliação: serviços da hospedagem
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016

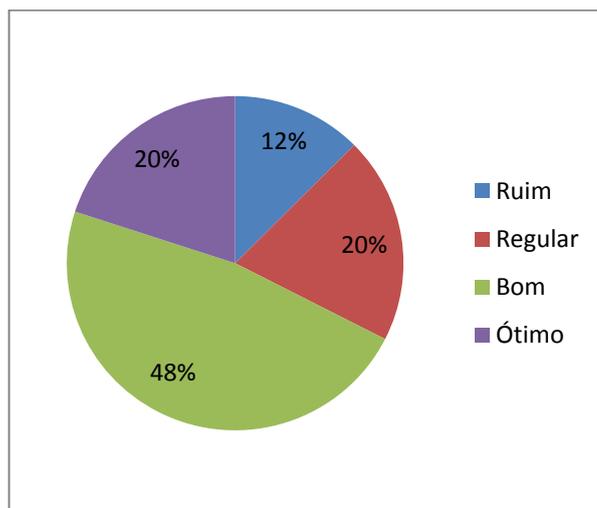


GRÁFICO 7- Avaliação: serviços de alimentação
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016

Em relação à avaliação dos serviços de hospedagem, 61% dos respondentes consideram-nos bons ou ótimos e para 7% os serviços de hospedagem são ruins. Os serviços de alimentação são bons ou ótimos para 68% e ruins para 12% dos turistas. Os gráficos 6 e 7 apresentam esses dados.

O comércio e hospitalidade também foram avaliados pelos turistas. Para 73% dos respondentes, a avaliação do comércio é boa ou regular e ruim para 27%. Já os serviços de hospitalidade são bons ou ótimos para 85% dos respondentes. Os gráficos 8 e 9 apresentam esses dados.

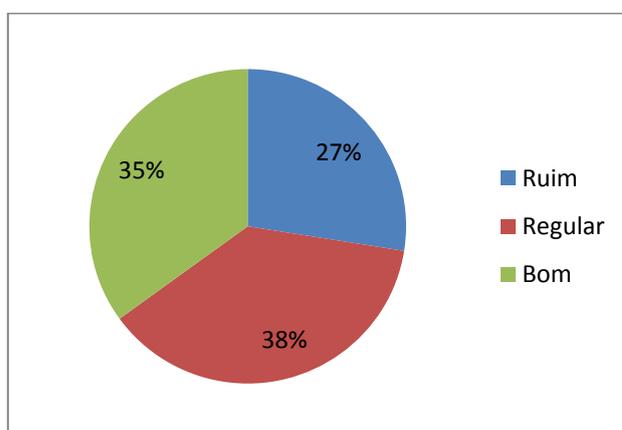


GRÁFICO 8– Avaliação: comércio e serviços
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016

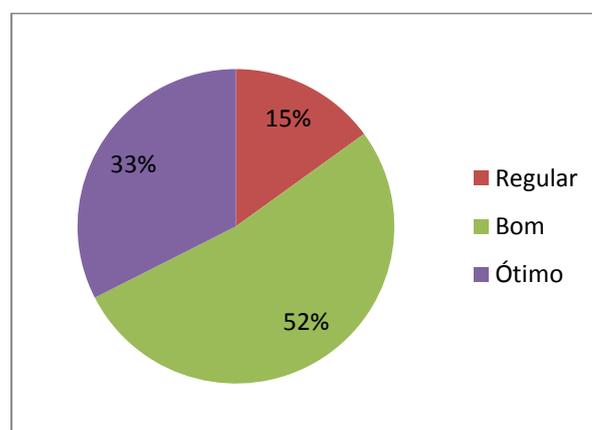


GRÁFICO 9– Avaliação: hospitalidade
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apresentam-se algumas reflexões e considerações a respeito da avaliação do nível de satisfação dos turistas paulistas que visitaram a Ilha Grande no *Réveillon* do ano de 2016 a partir do Cais de Santa Luzia, Angra dos Reis, RJ.

Em um primeiro momento, o referencial teórico-conceitual colaborou para a compreensão de importantes questões da prática do turismo à luz de conceitos da área de gestão, marketing e serviços.

Evidenciou-se o papel expressivo da informação, uma vez que os consumidores (turistas) buscam referências antes de decidir sobre qual produto (destino) e serviços irão adquirir. Nessa perspectiva teórico-conceitual, a qualidade e a satisfação foram outros dois conceitos que se mostraram essenciais na análise de produto turístico, pois o turista satisfeito identificará a qualidade no serviço prestado. Desse modo, tornou-se nítida a relação entre a satisfação, qualidade dos serviços e equipamentos utilizados, mostrando-se decisivos para o consumo do turismo.

Dessa forma, pode-se adentrar as considerações finais acerca do estudo de caso, que visou a compreender o perfil socioeconômico dos turistas que visitaram a Ilha Grande, em Angra dos Reis, durante o período do *Revéillon* de 2016, assim como a satisfação destes em relação aos serviços turísticos utilizados.

Concluiu-se que, no grupo pesquisado, houve o predomínio do uso de pousadas em relação a outras modalidades de hospedagem. Isso demonstra a preferência por esse tipo de hospedagem de turistas que se deslocam de outros estados, indicando possivelmente, maior facilidade de acesso a eles. Ainda, mais da metade do grupo de turistas mostraram-se satisfeitos com os serviços da hospedagem, assim como avaliaram positivamente a hospitalidade recebida durante estada na Ilha Grande. Também os serviços e a qualidade de alimentação foram apontados pela maioria como positivos.

As praias e as belezas naturais da Ilha Grande foram apontadas pela expressiva maioria dos turistas, como fatores decisivos para a escolha do referido destino. Esse apontamento veio ao encontro das características naturais mais divulgadas, como atrativos na Ilha Grande e no município de Angra dos Reis.

Por outro lado, mais da metade dos entrevistados colocaram a falta de entretenimento noturno como algo negativo. Sobre esse aspecto, há algumas festas na Ilha, todavia, o turismo de belezas naturais e praias em uma ilha estão mais associados a atividades diurnas. Ainda merece lembrar que a maioria dos turistas tinha, no máximo, 30 anos de idade, fator esse que, possivelmente, justifique a crítica a falta de entretenimento noturno.

Por fim, conclui-se que, na área do turismo, a consideração da qualidade é essencial na avaliação do produto turístico, ou seja, conhecer como o produto turístico está sendo recebido pelos turistas é essencial ao empreendedor. Dessa forma, torna-se possível realizar ajustes para atender satisfatoriamente os turistas. Assim, a qualidade apresenta-se como uma vantagem competitiva no mercado também turístico.

ANALYSIS OF THE SATISFACTION OF TOURISTS FROM SÃO PAULO STATE DURING THE NEW YEAR'S EVE IN 2016 IN ILHA GRANDE, ANGRA DOS REIS, RJ

ABSTRACT

Ilha Grande is part of the municipality of Angra dos Reis, located on the southern coast of the state of Rio de Janeiro. It is an island that is increasingly sought after by groups of tourists from different regions of the country, and also from abroad. The present study had as objective to evaluate the level of satisfaction of the tourists from São Paulo who visited Ilha Grande on New Year's Eve in 2016 that used Santa Luzia Pier, located in the city center of Angra dos Reis. The study was based on questions about the evaluation of tourists on the quality of tourism equipment and services used. The methodology included bibliographical research and structured interviews. As final considerations, it was concluded that most of the tourists felt satisfied with the equipment and services of lodging and food. The tourists also identified the beaches and natural beauties of Ilha Grande as the most attractive factor.

KEYWORDS: TOURISM. TOURISTS. SATISFACTION. ANGRA DOS REIS. ILHA GRANDE.

REFERÊNCIAS

AB'SABER, A. N. **Os domínios de natureza no Brasil:** potencialidades paisagísticas. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 14.724, de 17.03.2011.** Informação e documentação, trabalhos acadêmicos, apresentação. Válida a partir de 17.04.2011. Rio de Janeiro, 2011.

ALVES FILHO, D. de S. **Angra dos Reis:** monumentos históricos entre a indústria e o paraíso. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo: Senac São Paulo, 2004.

BERTONCELLO, R. **Processo de Modernização e Espaço Local**: o caso do município de Angra dos Reis (RJ). Mestrado em Geografia – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1992.

BIGNAMI, R. **A imagem do Brasil no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru: EDUSC, 2002.

CORRÊA, R. S. Angra dos Reis: Contribuição ao entendimento de uma pretensa vocação turística - pensando o turismo a partir do território; São Paulo; **4º Encontro Nacional de Grupos de Pesquisa – ENGRUP**; 2008; p. 252-278.

CRUZ, R. de C. A. da. Turismo, território e o mito do desenvolvimento. **Espaço e Geografia** (UnB), Brasília, v. 5, p. 19-26, 2000.

CRUZ, R. de C. A. da. Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (org.) **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, 2002.

EGLER, C. A. G.; PIRES do RIO, G. A. Turismo e desenvolvimento local no Estado do Rio de Janeiro. VIII ENTBL – **Encontro Nacional de Turismo com Base Local**. Planejamento do turismo para o desenvolvimento local. Curitiba, 3 a 6 de novembro de 2004.

FONSECA, T. B. ; LOPES JUNIOR, W. M. Estudo do perfil dos turistas que visitam a Ilha Grande a partir do Cais de Santa Luzia, Angra dos Reis – Rio de Janeiro, Brasil. **Turismo e Sociedade**, [S. l.], v. 9, n. 2, ago. 2016. ISSN 1983-5442. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/47118>>. Acesso em: 26 abr. 2017. doi:<http://dx.doi.org/10.5380/tes.v9i2.47118>.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GRÖNROOS, A. C. Service quality model and its marketing implications. **European Journal of Marketing**, n. 4, p. 36-44, 1984.

GUIMARÃES, G. **Uma cidade para todos**: plano diretor do município de Angra dos Reis. Editora Forense, Rio de Janeiro, 1997.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. disponível em:<<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang&codmun=330010>>2010. Acesso em: 20/05/2016.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1998.

_____; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

_____; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 9. ed. . São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2003.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do turismo**. São Paulo: Papyrus, 2000a.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. (Org.) **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000b.

LAS CASAS, A. L. **Marketing de serviços**. São Paulo: Atlas, 2009

LEMOS, L. **Turismo: que negócio e esse?** 2.ed. Campinas: Papyrus, 1999.

LOPES JÚNIOR, W. M. Fluxo de Automóveis nos Estacionamentos Públicos e Privados da Cidade Turística de Angra dos Reis-RJ. **Revista Turismo em Análise**, Brasil, v. 27, n. 2, p. 429-453, sep. 2016. ISSN 1984-4867. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/113836/117626>>. Acesso em: 15 dec. 2016. doi:<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v27i2p429-453>.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2001

MACHADO, L. O. Angra dos Reis: porque olhar para o passado *In: Diagnóstico Sócio-Ambiental do Município de Angra dos Reis*. Convênio FURNAS-UFRJ, Rio de Janeiro, 1995.

MENDES, T. Com excesso de turistas, Ilha Grande terá tarifa de barcas mais alta e estuda controle de visitação. **O Globo**. 19/08/2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/com-excesso-de-turistas-ilha-grande-tera-tarifa-de-barcas-mais-alta-estuda-controle-da-visitacao-13652150>>. Acesso em: 09/12/2016.

MENDONÇA, T. C. de M. O turismo que se tem e o turismo que se quer: discursos e significados a propósito do turismo na Vila do Abraão - Ilha Grande (Angra dos Reis, RJ).In: V SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 2008. Caxias do Sul. **Anais eletrônicos**. . . Caxias do Sul: UCS, 2008. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tplVseminTur%20eventos/seminarios_semintur/semin_tur_5/trabalhos/arquivos/gt10-07.pdf>. Acesso em: 19/12/2016.

MONTEJANO, J. M. **Estrutura do mercado Turístico**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2001.

NORMANN, R. **Administração de serviços: estratégia e liderança na empresa de serviços**. São Paulo:Atlas, 1993.

PAIVA, M. G. M. V. **Sociologia do turismo**. Campinas: Papyrus, 1995.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.; BERRY, L. L. A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research". **Journal of Marketing**, v. 49, p. 41-50, 1985.

PEARCE, D. G. **Geografia do turismo**: fluxos e regiões no mercado de viagens. São Paulo: Aleph, 2003.

PÉREZ-NEBRA, A. R. ; TORRES, C. V. Imagem do Brasil como país de destino turístico: uma pesquisa da psicologia do consumidor. **Turismo Visão e Ação**, v. 4, n. 10, p. 101-114, 2002.

PIRES, A. **Fluxo de ônibus em Angra dos Reis** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <wmlopesjunior@id.uff.br> em 13 jan. 2016

POCIDONIO, E. A. L.; SILVA, T. M. da. A natureza enquanto atração e repulsão no município de Angra dos Reis - RJ. **Geo UERJ** - Ano 13, nº. 22, v. 2, 2º semestre de 2011 p. 422-446 - ISSN 1981-9021.

PRADO, R. M. Uma foto que eles não pediram: turismo e ecologia na Ilha Grande. In: BARTHOLO, R.; DELAMARO, M. ; BADIN, L.;(orgs.) **Turismo e sustentabilidade no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

RUSCHMANN, D. **Marketing turístico**. Campinas: Papirus, 1990.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SIQUEIRA, P. Os caiçaras e a Rio/Santos. In: **Revista São Paulo em Perspectiva**. São Paulo: Fundação SEADE, outubro/dezembro de 1989.

SWARBROOKE, J. ; HORNER, S. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph,2002.

SCHMIDT, S. Ilha Grande terá cobrança de entrada e número limitado de visitantes. **O Globo**. 21 jun. 2016. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/ilha-grande-ter-cobranca-de-entrada-numero-limitado-de-visitantes-19541567#ixzz4TlZe3SdQ>>. Acesso em: 28/01/2017.

TELLES, D. H. Q. **Possibilidades de reorganização territorial apoiada na imagem náutica a partir de Angra dos Reis**. 2012. 272 f. Tese (Doutorado em Ciências) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, 2012.

TRINDADE DA SILVA, L. M. ; MEDEIROS, C. A. F. ; COSTA, B. K. Qualidade dos Serviços Turísticos no Setor de Restaurantes: Uma Aplicação do Modelo SERVPERF. **Revista Hospitalidade**, v. 6, n. 2, Dez, 2009.

ZEITHAML, V. ; BITNER, M. **Marketing de Serviços**: a empresa com foco no cliente. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Cronologia do Processo Editorial

Recebido em: 07. dez. 2017

Aprovação Final: 20. dez. 2017

Referência (NBR 6023/2002)

LOPES JÚNIOR, Wilson Martins; ANDRADE, Sanete Irani de. Análise da satisfação dos turistas do estado de São Paulo durante o réveillon de 2016 na Ilha Grande, Angra dos Reis, RJ. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 6, n. 2, p. 45-72, jul./dez. 2017.