



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



**ESAN – ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM
ADMINISTRAÇÃO**

ÁLVARO FREITAS FAUSTINO DIAS

**ECOTURISMO NO BRASIL: COMPROMETIMENTO AMBIENTAL E
CONSUMO À LUZ DA TEORIA DO COMPORTAMENTO
PLANEJADO (TCP)**

CAMPO GRANDE – MS

2024

ÁLVARO FREITAS FAUSTINO DIAS

**ECOTURISMO NO BRASIL: COMPROMETIMENTO AMBIENTAL E
CONSUMO À LUZ DA TEORIA DO COMPORTAMENTO
PLANEJADO (TCP)**

Tese apresentada como requisito para obtenção do título de Doutor em Administração, com ênfase em Agronegócios, pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS. Programa de pós-Graduação *stricto sensu* em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Milton Augusto Pasquotto Mariani

CAMPO GRANDE - MS

2024

FICHA CATALOGRÁFICA

Faustino-Dias, Álvaro Freitas

Ecoturismo no Brasil: comprometimento ambiental e consumo à luz da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) / Álvaro Freitas Faustino Dias. – Campo Grande, MS: UFMS, 2024.

166 f.

Tese (Doutorado) – Administração – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2024.

Orientadora: Prof. Dr. Milton Augusto Pasquotto Mariani.

1. Comportamento de Consumo 2. Contato com a natureza 3. Método Misto 4. Modelagem de Equações Estruturais 5. Turismo Sustentável - Campo Grande (MS) I. Mariani, Milton Augusto Pasquotto II. Título

ÁLVARO FREITAS FAUSTINO DIAS

**ECOTURISMO NO BRASIL: COMPROMETIMENTO AMBIENTAL E
CONSUMO À LUZ DA TEORIA DO COMPORTAMENTO
PLANEJADO (TCP)**

Tese apresentada como requisito para obtenção do título de Doutor em Administração, com ênfase em Agronegócios, pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS. Programa de pós-Graduação *stricto sensu* em Administração.

Campo Grande - MS, defesa em 29 de Janeiro de 2024.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Milton Augusto Pasquotto Mariani
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
(orientador)

Prof. Dr. Leandro Sauer
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
(membro interno)

Prof. Dr. Vagner Sérgio Custódio
Universidade Estadual Paulista “Júlio Mesquita Filho”
(Campus Rosana/Departamento de Turismo e Desenvolvimento do Território)

Prof. Dr. Geraldino Carneiro de Araújo
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
(ESAN/PROFIAP)

Prof. Dr. Marco Antônio Costa da Silva
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
(Campus Naviraí/PROFIAP)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao Deus Supremo, à minha família, aos meus amigos e aos meus alunos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, manifesto minha profunda gratidão à Deus Supremo, que invariavelmente tem norteado meus passos durante o percurso existencial, elucidando as sendas mais propícias para a minha jornada.

À minha família, cujo apoio incondicional e incentivo constante têm sido fundamentais na busca dos meus ideais, rendo meus agradecimentos. Em especial, dirijo minha gratidão a minha mãe, cujas lições de infância permanecem como pilares do meu caráter, e cuja amizade e orientações constantes têm sido vitais para a construção do meu êxito, entendido como a soma de nossas ações e atitudes.

Quanto ao meu orientador, Professor Doutor Milton Augusto Pasquotto Mariani, sua presença constante e ativa, inclusive durante períodos de recesso acadêmico, foi de inestimável valia. Sou grato pelas críticas construtivas, pelas discussões enriquecedoras e, sobretudo, pelos *insights* que catalisaram reflexões fundamentais ao desenvolvimento tanto da presente pesquisa quanto do meu próprio crescimento profissional e pessoal.

Estendo meus agradecimentos ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGAD), à equipe de coordenação e aos meus colegas de curso, em especial aos amigos Celina Georges, Douglas Alexandre, Leticia Xavier e Thaís Cid.

Aos meus amigos, cujo suporte e compreensão foram fundamentais enquanto me empenhava nesse projeto, estendo minha mais sincera gratidão. Especialmente quero expressar meu apreço a Augusto Ferreira e Carlos Eduardo Vieira, que, mesmo em meio à distância física ou temporal que o trabalho acadêmico por vezes impõe, mantiveram-se presentes e constantes em suas manifestações de amizade e apoio.

À minha estimada irmã Ana Júlia e ao meu querido irmão André Faustino, endereço uma gratidão que transcende as palavras. A compreensão e o auxílio que me ofereceram em momentos cruciais funcionaram não somente como um esteio emocional, mas igualmente como catalisadores de minha perseverança e desenvolvimento pessoal. Almejo, de forma recíproca, marcar presença em suas existências nos momentos de maior necessidade.

Aos meus alunos, que desempenham um papel inestimável na minha trajetória como educador, expresso minha profunda gratidão. Sua curiosidade intelectual e engajamento têm sido não apenas uma fonte de inspiração, mas também um constante lembrete da importância e do impacto do meu trabalho. Cada questionamento, cada debate e cada conquista de vocês reafirmam o valor intrínseco da educação e do

crescimento mútuo que a sala de aula proporciona. É um privilégio incalculável fazer parte de suas jornadas acadêmicas e pessoais, e eu me sinto imensamente gratificado por cada momento de aprendizado que compartilhamos.

Ao Professor Geraldino Carneiro de Araújo, expresso minha profunda gratidão pela sua expertise em pesquisa qualitativa e pelo tempo dedicado a esclarecer minhas indagações. Sua contribuição foi crucial tanto para o rigor da pesquisa quanto para o meu crescimento acadêmico.

Aos estimados Professores Leandro Sauer e Marco Antônio, membros da banca examinadora, minha sincera gratidão. Suas observações perspicazes e questionamentos fundamentados contribuíram significativamente para o refinamento e a robustez desta pesquisa. A participação de ambos enriqueceu profundamente a qualidade acadêmica do trabalho apresentado.

Ao CrossFit e aos serviços de *streaming*, minha gratidão é tão intensa quanto um treino e tão infinita quanto uma maratona de séries. O CrossFit preparou meu corpo para o rigor acadêmico, enquanto o *streaming* ofereceu escape e inspiração nas horas de aperto. Obrigado por equilibrar minha vida!

Em resumo, minha profunda apreciação a todos que, direta ou indiretamente, colaboraram para a realização deste trabalho acadêmico.

EPÍGRAFE

“Ninguém ignora tudo. Ninguém sabe tudo. Todos nós sabemos alguma coisa. Todos nós ignoramos alguma coisa. Por isso aprendemos sempre.”

Paulo Freire.

RESUMO

O ecoturismo, nos últimos anos, despontou como um campo de crescente interesse e é agora reconhecido como um caminho viável para a recuperação econômica da atividade turística brasileira no cenário pós-pandemia. Nesse contexto, esta atividade turística, que equilibra as necessidades de conservação ambiental com os benefícios econômicos, apresenta-se como uma estratégia promissora para alavancar o desenvolvimento sustentável e a valorização dos recursos naturais nesses territórios. Tendo em vista a importância desta atividade turística para o desenvolvimento regional, a presente tese teve como objetivo geral propor um modelo para analisar os níveis de intenção do turista brasileiro em consumir o ecoturismo a partir da Teoria do Comportamento Planejado (TCP), uma importante teoria da psicologia social utilizada para compreender intenções e comportamentos. Visando alcançar o objetivo proposto, a pesquisa foi desenvolvida com a utilização de uma metodologia mista, ou seja, etapa qualitativa e quantitativa. Na etapa qualitativa foram conduzidas 21 entrevistas, que foram devidamente transcritas e analisadas. Para a análise desta etapa utilizou-se o software *QDA Miner* como ferramenta de suporte, tanto para a análise de conteúdo, quanto para a mineração de texto. Esta etapa foi de suma importância, pois foram seus resultados que possibilitaram a construção do questionário para a coleta de dados quantitativos. Desse modo, nesta etapa identificou-se todas as crenças que constituíam cada um dos construtos base da TCP, bem como o construto desenvolvido para esta tese, denominado como comprometimento ambiental. Em especial, o comprometimento se mostrou um construto formado por cinco (5) crenças, sendo elas: o contato com a natureza, estrutura do ambiente, cultura local, preocupação ambiental e povos tradicionais. Após a construção dos questionários, deu-se início a coleta dos dados da etapa quantitativa, fazendo uso da plataforma do *Google Forms* para este fim. Nesta etapa a amostra foi constituída por 779 respondentes. Nesta etapa, foi definido como método de análise a modelagem de equações estruturais com mínimos quadrados (PLS-SEM), tendo como ferramenta operacional o software *Smart PLS*. As análises foram realizadas para avaliar dois aspectos: primeiramente foi realizado o teste das hipóteses para encontrar o melhor modelo explicativo (reflexivo), e a partir deste modelo, foi desenvolvido um modelo reflexivo para compreender as variáveis que melhor explicam cada construto. No que tange ao modelo formativo, constatou-se que o construto normas subjetivas (H1), atitudes (H2), controle comportamental percebido (H3) e comprometimento ambiental (H4) são significativos e afetam positivamente a intenção

dos consumidores para o consumo do ecoturismo. Já a imagem do destino cognitiva (5), bem como a afetiva (H6) foram insignificantes. Logo, H1, H2, H3 e H4 foram suportadas, enquanto H5 e H6 foram rejeitadas. Tratando-se do modelo formativo, observou-se que para o construto normas subjetivas, as crenças com maior significância são “estudantes e pesquisadores ambientais” e “pessoas com mobilidade reduzida; para o construto atitudes, as mais significantes foram: “inovação”, “planejamento”, “localização” e “aprendizado”; no construto Controle Comportamental Percebido, as crenças “tempo disponível” e “conhecimento sobre o ecoturismo” foram mais significantes; enquanto o comprometimento ambiental apenas a crença “contato com a natureza” se mostrou significativa. Dito isso, os resultados da pesquisa sugerem que os participantes da amostra tendem a optar por atividades que respeitam o meio ambiente, refletindo valores de sustentabilidade e conservação essenciais para ecossistemas e comunidades locais, mas principalmente que possibilite o contato com a natureza. Além disso, os resultados vão na contramão de muitas pesquisas que comprovam a imagem do destino como um fator significativo para as decisões de consumo dos turistas, o que sugere que para a amostra, o contato com a natureza é mais importante que a aparência do local, indicando que a adoção de práticas sustentáveis e aumento de espaços naturais, são um caminho para os investimentos para gestores do ecoturismo.

Palavras-chave: Comportamento de consumo; Contato com a Natureza; Método Misto; Modelagem de Equações Estruturais; Turismo Sustentável.

ABSTRACT

Ecotourism, in recent years, has emerged as a field of growing interest and is now recognized as a viable path for the economic recovery of Brazilian tourist activity in the post-pandemic scenario. In this context, this tourist activity, which balances the needs of environmental conservation with economic benefits, presents itself as a promising strategy to leverage sustainable development and the valorization of natural resources in these territories. Considering the importance of this tourist activity for regional development, the general objective of this thesis was to propose a model to analyze the levels of intention of Brazilian tourists to consume ecotourism based on the Theory of Planned Behavior (TCP), an important theory of social psychology used to understand intentions and behaviors. Aiming to achieve the proposed objective, the research was developed using a mixed methodology, that is, qualitative and quantitative stages. In the qualitative stage, 21 interviews were conducted, which were duly transcribed and analyzed. For the analysis of this stage, the QDA Miner software was used as a support tool, both for content analysis and text mining. This stage was extremely important, as it was its results that made it possible to construct the questionnaire for collecting quantitative data. Thus, at this stage, all the beliefs that constituted each of the basic constructs of the TCP were identified, as well as the construct developed for this thesis, called environmental commitment. Environmental commitment proved to be a construct formed by five (5) beliefs, namely: contact with nature, environmental structure, local culture, environmental concern, and traditional people. After constructing the questionnaires, data collection for the quantitative stage began, using the Google Forms platform for this purpose. At this stage, the sample consisted of 779 respondents. At this stage, least squares structural equation modeling (PLS-SEM) was defined as the analysis method, using the Smart PLS software as an operational tool. The analyzes were carried out to evaluate two aspects: firstly, hypothesis testing was carried out to find the best explanatory (reflective) model, and from this model, a reflective model was developed to understand the variables that best explain each construct. Regarding the formative model, it was found that the construct subjective norms (H1), attitudes (H2), perceived behavioral control (H3) and environmental commitment (H4) are significant and positively affect consumers' intention to consume ecotourism. The cognitive destination image (H5) as well as the affective image (H6) were insignificant. Therefore, H1, H2, H3 and H4 were supported, while H5 and H6 were rejected. In the case of the formative model, it was

observed that for the subjective norms construct, the most significant beliefs are “environmental students and researchers” and “people with reduced mobility; for the attitudes construct, the most significant were: “innovation”, “planning”, “location” and “learning”; in the Perceived Behavioral Control construct, the beliefs “available time” and “knowledge about ecotourism” were more significant; while environmental commitment, only the belief “contact with nature” proved to be significant. That said, the research results suggest that sample participants tend to opt for activities that respect the environment, reflecting essential sustainability and conservation values for ecosystems and local communities, but mainly that enable contact with nature. Furthermore, the results go against many studies that prove the image of the destination as a significant factor in tourists' consumption decisions, which suggests that for the sample, contact with nature is more important than the appearance of the place, indicating that the adoption of sustainable practices and an increase in natural spaces are a path to investment for ecotourism managers.

Keywords: Consumer behavior; Nature contact; Mixed Method; Structural Equation Modeling; Sustainable tourism.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Identificação das crenças e frequência em que elas aparecem nas entrevistas	83
Tabela 2: Características sociodemográficas da amostra	87
Tabela 3: Declarações, médias e medianas dos indicadores utilizados para mensurar os construtos	90
Tabela 4: Cargas fatoriais padronizadas, alfa de Cronbach, Rho A, variância média extraída (AVE), e Confiabilidade composta (CR) do modelo estrutural reflexivo	96
Tabela 5: Critério de Fornell-Lacker e Heterotraço-Monotraço (HTMT)	97
Tabela 6: Resultados do Modelo Estrutural Reflexivo	98
Tabela 7: Resultados do Modelo Estrutural Formativo	103

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Subdivisões do Turismo no Espaço Rural	31
Figura 2: Diagrama Estrutural: Teoria do Comportamento Planejado – TCP	37
Figura 3: Etapas do projeto exploratório sequencial	51
Figura 4: Fluxograma dos processos para realização da entrevista semiestruturada	56
Figura 5: Processos da análise de conteúdo utilizada na pesquisa	61
Figura 6: Processos da SEM utilizada na pesquisa	67
Figura 7: Hipóteses propostas na pesquisa	68
Figura 8: Palavras mais frequentes nas transcrições das entrevistas	70
Figura 9: Distribuição geográfica dos participantes da pesquisa por estado brasileiro ...	89
Figura 10: Modelo Estrutural Reflexivo	95
Figura 11: Modelo Estrutural Formativo	102

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Definições de TER	29
Quadro 2: Público-alvo de amostragem para a etapa qualitativa.....	55
Quadro 3: Participantes da etapa qualitativa e codificação para análise de dados	56
Quadro 4: Vantagens e desvantagens dos métodos de coleta de dados quantitativos	58

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- AC** Alfa de Cronbach
- AVE** Variância Média Extraída
- BA** Bahia
- CEP** Comitê de Ética em Pesquisa
- CC** Confiabilidade composta
- CNN - Brasil** *Cable News Newtwork* Brasil
- COVID-19** *Coronavirus Disease 2019*
- CREST** *Center for Responsible Travel*
- DPPP** Disposição à Pagar Preços Premiuns
- FUNDTUR/MS** Fundação de Turismo do Mato Grosso do Sul
- GO** Goiás
- h** Hora
- HTMT** Heterotraço-Monotraço
- IDF** frequência inversa do documento
- MA** Maranhão
- MG** Minas Gerais
- min** Minuto
- MS** Mato Grosso do Sul
- MT** Mato Grosso
- PA** Pará
- CCP** Controle Comportamental Percebido
- PE** Pernambuco
- PLS-SEM** Modelagem de Equações Estruturais com Mínimos Quadrados Parciais
- PME** Pequena e Média Empresa
- PR** Paraná
- RJ** Rio de Janeiro
- RS** Rio Grande do Sul
- s** Segundo
- SEM** Modelagem de Equações Estruturais
- SP** São Paulo

TAR Teoria da Ação Racional
TCLE Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
TCP Teoria do Comportamento Planejado
TER Turismo no Espaço Rural
TF frequência do termo
TIES *THE INTERNATIONAL ECOTOURISM SOCIETY*
TO Tocantins
UFMS Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
UNWTO *World Tourism Organization of the United Nations*
VIF Fator de inflação da variância
WCRF *World Cancer Research Fund International*
WTTC *World Travel & Tourism Council*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	20
1.1 Estrutura do Projeto de Tese	27
2. TURISMO NO ESPAÇO RURAL (TER).....	28
2.1 Ecoturismo	32
3 A TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO (TCP).....	37
3.1 Extensão da Teoria do Comportamento Planejado: o comprometimento ambiental	43
3.2 Extensão da Teoria do Comportamento Planejado: a imagem do destino	46
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	50
4.1 Procedimentos de Coleta de Dados	53
4.1.1 Etapa 1: Levantamento bibliográfico e direcionamento do pesquisador.....	53
4.1.2 Etapa 2: Coleta dos dados qualitativos: compreendendo as crenças da amostra	54
4.1.3 Etapa 3: Coleta dos dados quantitativos: identificando as relações e destaques dos construtos	57
4.2 Procedimentos de Análise e Interpretação dos Dados	59
4.2.1 Análise de Conteúdo: como surgiu e estudos recentes.....	59
4.2.1.1 Organização da análise e definição de categorias na presente pesquisa.....	61
4.2.2 Modelagem de Equações Estruturais: surgimento e estudos recentes.....	63
4.2.2.1 Organização da análise e etapas.....	66
4.2.2.2 Análise estatística.....	68
5 DISCUSSÕES E RESULTADOS	71
5.1 Análise dos dados qualitativos: análise de conteúdo	71
5.2 Análise dos dados quantitativos: PLS-SEM	87
5.2.1 Análise descritiva dos dados:.....	87
5.2.2 Resultados do Modelo de Estrutural Reflexivo	95
5.2.3 Resultados do Modelo Estrutural Formativo	102
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	109
REFERÊNCIAS.....	112
APÊNDICE A – REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA.....	133
APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	152

APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	154
APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO ACERCA DA INTENÇÃO DE CONSUMO DO ECOTURISTA BRASILEIRO.....	157

1. INTRODUÇÃO

O turismo, de acordo com a *World Tourism Organization of the United Nations* (UNWTO, 2008), ocorre quando as pessoas viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente habitual por não mais de um ano consecutivo para lazer, negócios e outros fins. Nesse sentido, considera-se que o turismo é um fenômeno social, cultural e econômico que envolve o movimento de pessoas para países ou lugares fora de seu ambiente habitual para fins pessoais ou comerciais. A UNWTO (2023a) aponta que essa atividade se tornou muito importante na sociedade contemporânea, pois teve um desempenho notavelmente bom nas últimas décadas, além de promover substancialmente o crescimento da economia local, e conseqüentemente, mundial (Wijesekara *et al.*, 2022; UNWTO, 2023b; *World Travel & Tourism Council – WTTC*, 2023).

Na compreensão de Singh, Jamal e Ahmad (2021) o turismo tem a capacidade de atrair visitantes de diferentes cantos do mundo, destacando uma variedade de atrações, aumentando a reputação e a influência de um local. Além disso, ressalta-se que a atividade do turismo é considerada como responsável por grande contribuição para o desenvolvimento socioeconômico de regiões (Manzoor *et al.*, 2019; Khan *et al.*, 2020).

Tendo em vista a importância da atividade do turismo para o desenvolvimento de regiões, se faz necessário que os setores público e privado atuem de modo conjunto para promover infraestruturas adequadas, implementar políticas sustentáveis e eficientes, bem como criar estratégias de marketing turístico atraentes que respeitem e valorizem a cultura local. Yang e Ren (2021) reforçam tal afirmação ao dizer que a colaboração eficaz entre governo-indústria-educação-pesquisa é importante para o desenvolvimento, especialmente no turismo, uma vez que o turismo envolve múltiplos setores e múltiplas partes interessadas. Destaca-se que o propósito dessa cooperação, em grande parte dos casos, é gerenciar de maneira mais eficiente os principais desafios presentes no âmbito interorganizacional¹ das entidades e que não podem ser enfrentados por uma única organização de modo isolado (Vangen; Huxham, 2003).

¹ As interações entre organizações, incluindo parcerias estratégicas, empreendimentos conjuntos e redes, é uma estratégia empresarial crucial, tanto para entidades emergentes quanto para aquelas já consolidadas no mercado. Essas relações oferecem às empresas a oportunidade de partilhar recursos e habilidades, reduzir riscos e ambiguidades, explorar novos mercados e tecnologias, além de estabelecer diferenciais competitivos (Gulati, 1998; Zou *et al.*, 2023).

Tendo em vista o período da pandemia da COVID-19 (2020-2023)², Baidya (2021) sugere que a atividade do turismo é ampla e sofreu diversas alterações ao longo do tempo, tendo como finalidade acompanhar as mudanças nos comportamentos de consumo. Desse modo, a autora considera que a atividade do turismo pode ser subdividida considerando as peculiaridades do turismo, sendo os mais comuns, o turismo doméstico e internacional, o turismo de aventura, o turismo de negócios, o turismo de vida selvagem, o turismo de peregrinação, o turismo cultural, o turismo de cruzeiro e o turismo no espaço rural. Para a presente pesquisa, foi considerado o Turismo no Espaço Rural (TER) como objeto, ou seja, os demais tipos de turismo citados anteriormente, não foram considerados para discussões e análises.

Neste contexto, Oppermann (1996) e Long e Nguyen (2018) definem o TER como todas as atividades turísticas que ocorrem fora das áreas urbanas e engloba o patrimônio natural e cultural das regiões rurais. Fotiadis *et al* (2019) de modo semelhante, consideram que o TER é a atividade turística constituída por outras subcategorias, como o ecoturismo, e tem como principal finalidade a promoção do meio rural por meio de procedimentos sustentáveis que pretendem ser consistentes com os valores naturais, sociais e comunitários. Khartishvili (2019) adiciona ainda que para que o turismo seja considerado rural, é necessário que este possua algumas características, sendo elas: estar localizada em região não urbana, em paisagens naturais, baseada em recursos locais, como a agricultura tradicional e material, bem como patrimônio cultural imaterial.

É imperativo ressaltar que o TER, assim como a atividade turística de modo geral, é subdividido. Sendo assim, Corsino (2021) categoriza o TER em turismo rural (agroturismo), ecoturismo, turismo cultural, turismo de saúde (clínicas de repouso), turismo esportivo (pesque-pague), turismo pedagógico e parques temáticos. Tendo em vista a ampla gama de atividades que podem ser realizadas no TER, a presente pesquisa teve como foco apenas as atividades ecoturísticas, uma vez que este tem apresentado crescimento considerável nos últimos anos.

O conceito de ecoturismo, por sua vez, cimenta uma intrincada relação entre conservação e meios de subsistência, e suas definições podem variar de posições passivas a posições ativas, incorporando três conceitos interligados (natureza, educação e

² Segundo a Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS, 2023), a COVID-19 teve seu início em dezembro de 2019, e o estado de pandemia foi declarado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) apenas em 11 de março de 2020. Depois de várias pesquisas e muitas pessoas vacinadas, a OMS anunciou o fim da pandemia da COVID-19 em 05 de maio de 2023.

sustentabilidade), incluindo critérios econômicos e sociais (Goodwin, 1996; *The International Ecotourism Society* - TIES, 2015).

Sidinga (1999) e UNWTO (2011; 2023a) apontam que nas últimas décadas o ecoturismo, que é uma forma de turismo sustentável, também foi reconhecido como um dos segmentos de mercado de turismo que mais tem crescido em vários países ao redor do mundo. Lock (2021) acrescenta ainda que a atividade do ecoturismo mundial era constituída por US\$181.1 bilhões no ano de 2019, com estimativa de crescimento favorável para o setor nos próximos anos. O referido autor acredita que em 2027 a atividade alcance a marca de US\$333.8 bilhões. No Brasil, a demanda do ecoturismo tem se mostrado em constante evolução desde o ano de 2015. O Anuário Estatístico de Turismo 2020 apresenta que até 2019 a demanda pelo ecoturismo chegou à 18,6% da motivação para viajar dos turistas, ficando atrás apenas de viagens realizadas para às praias (Brasil, 2021a).

Fennell (2008) observa que o ecoturismo é considerado como uma estratégia melhor para o desenvolvimento e gerenciamento das comunidades locais, por ter o potencial de aliviar os efeitos negativos do turismo de massa. Nesse sentido, o ecoturismo tem sido considerado como uma ferramenta importante para a diversificação econômica, pois pode reduzir a dependência da agricultura nas comunidades rurais, direcionando-as para outros empreendimentos com fins lucrativos, como a criação de animais de propriedade da comunidade ou a coleta sustentável de recursos florestais, proporcionando maior alcance em seu consumo.

Levando em conta as características dos serviços ofertados pelo turismo, bem como as mudanças comportamentais de consumo, se faz importante compreender quais são os construtos que podem influenciar na intenção de turistas consumirem o ecoturismo. Até porque, por meio desta compreensão, é possível auxiliar a tomada de decisões estratégicas pela atividade turística, bem como o desenvolvimento políticas que incentivem e atraiam os turistas.

Uma alternativa para identificação desses construtos é a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) proposta por Ajzen (1991). A partir da TCP, supõe-se que as intenções capturam os fatores motivacionais que influenciam um comportamento. Elas indicam o quanto as pessoas estão dispostas a tentar e qual esforço planejam empregar para realizar o comportamento. Como regra geral, quanto mais forte a intenção de se envolver em um comportamento, mais provável deve ser seu desempenho.

No entanto, é crucial esclarecer que uma intenção comportamental pode restringir a expressão no comportamento apenas se o comportamento em questão estiver sob controle volitivo, ou seja, se a pessoa puder decidir livremente executar ou não o comportamento. Ajzen (1985) acredita que, embora alguns comportamentos possam atender a esse requisito muito bem, o desempenho da maioria depende, pelo menos até certo ponto, de fatores não motivacionais, como disponibilidade de oportunidades e recursos necessários (por exemplo, tempo, dinheiro, habilidades e cooperação de terceiros). Coletivamente, esses fatores representam o controle real das pessoas sobre o comportamento. Na medida em que uma pessoa tenha as oportunidades e os recursos necessários e pretenda realizar o comportamento, ela deverá conseguir fazê-lo.

Ressalta-se que a TCP é uma das teorias psicológicas mais influentes e comumente usadas para explicar comportamentos. Para a TCP, a maioria dos comportamentos humanos são direcionados a objetivos (Ajzen, 1985), portanto, uma pessoa se comportaria de determinada maneira porque ela tem a “intenção” de fazê-lo. Essa “Intenção” é influenciada pela “Atitude” da pessoa, pelas “Normas subjetivas” e pelo “Controle comportamental percebido - CCP”³.

Os construtos da TCP devem ser suficientes para garantir uma previsão precisa da intenção e do comportamento. No entanto, a TCP está, em princípio, aberta à inclusão de construtos adicionais (Ajzen, 2020). Neste contexto, o autor supracitado, sugere que para a adição de novos construtos, sejam considerados os seguintes aspectos: I) o construto proposto deve ser específico do comportamento, em conformidade com o princípio da compatibilidade, ou seja, deve ser possível definir e medir o fator proposto em termos de elementos-alvo, ação, contexto e tempo que definem o critério comportamental; II) deve ser possível conceber a variável proposta como um fator causal que determina a intenção ou ação; III) as adições propostas devem ser conceitualmente independentes dos construtos existentes da teoria, ao invés de redundantes com eles; IV) o fator considerado deve ser potencialmente aplicável a uma ampla gama de comportamentos estudados por cientistas sociais e comportamentais.

A pesquisa acadêmica sobre o ecoturismo investigou diferentes aspectos do comportamento em relação às viagens ecoturísticas e à intenção comportamental (Kerstetter; Hou; Lin, 2004; Trangeland, 2011; Chiu; Lee; Chen, 2014; Hultman; Kazemini; Ghasemi, 2015; Lin; Huang, 2021; Karimi; Saghaleini, 2021). Hedlund,

³ De acordo com Ajzen (1991), a intenção comportamental é construída a partir dos três construtos: atitude, normas subjetivas e controle comportamental percebido.

Marell e Garling (2012) por exemplo, descobriram que a preocupação ambiental dos turistas está diretamente associada ao modo em que percebem a sustentabilidade no momento de escolher o destino.

Ao contrário do que foi realizado por Hedlund, Marell e Garling (2012) ao avaliarem a preocupação ambiental ligada a sustentabilidade no momento de escolha do destino, a presente pesquisa visa compreender as relações do indivíduo com o ambiente, neste caso o espaço rural (ecoturismo). Para tal, o comprometimento ambiental dos turistas também foi alvo de discussão desta pesquisa.

A decisão pela inclusão do comprometimento ambiental como um construto para análise da intenção de consumo do ecoturismo foi realizada por estar diretamente ligada ao objeto, uma vez que o ecoturismo é um tipo de atividade turística que prioriza o contato e cuidado com os aspectos naturais de uma região. Além disso, questões ambientais têm sido constantemente debatidas na comunidade acadêmica para compreender sua influência nas decisões de consumo. Stern (2000), por exemplo, destaca que ações guiadas por escolhas responsáveis, avaliadas por padrões morais e não econômicos, têm se tornado cada vez mais comuns, aumentando as decisões de consumo ambientalmente corretas.

É imperativo ressaltar que o ecoturismo no Brasil tem demonstrado crescimento constante, sendo considerado o segundo mais consumido no país (Brasil, 2021a). Além disso, a perspectiva de crescimento no faturamento desta atividade até 2027 chama atenção (aproximadamente US\$333,8 bilhões), o que sugere maiores investimentos e procura (Lock, 2021). Nesse sentido, o Ministério do Desenvolvimento Regional brasileiro, em reportagem publicada recentemente, aponta que o setor do ecoturismo “será uma das grandes promessas para a retomada econômica da atividade turística nos estados e no Distrito Federal” (Brasil, 2021b). A partir da entrevista, observa-se um provável incentivo dos órgãos estaduais e federal na implementação de estratégias que possam incentivar a visitação dos atrativos disponíveis na região.

De acordo com a *Cable News Newtwork* Brasil (CNN – Brasil, 2023) entre os principais municípios turísticos do país, cita-se Alter do Chão (Pará/PA), Amazônia (Amazonas/AM), Aparados da Serra e Serra Geral (Rio Grande do Sul/RS), Bonito (Mato Grosso do Sul), Chapada Diamantina, (Bahia/BA), Chapada dos Veadeiros (Goiás/GO), Fernando de Noronha (Pernambuco/PE), Foz do Iguaçu (Paraná/PR), Jalapão (Tocantins/TO), Lençóis Maranhenses (Maranhão/MA), Pantanal (Mato Grosso/MT e Mato Grosso do Sul/MS), Parque Nacional do Itatiaia (Rio de Janeiro/RJ) Serra da

Canastra (Minas Gerais/MG) e Serra da Mantiqueira (São Paulo/SP). Além disso, a região das águas quentes de Goiás⁴ e o Corredor do Ecoturismo mato-grossense⁵, são destinos bastante procurados (Brasil, 2021b). Destaca-se ainda, que Bonito foi considerado pela 16ª vez melhor destino de ecoturismo do Brasil 2019/2020 (Mato Grosso do Sul, 2020).

Face ao exposto, os principais questionamentos que norteiam a pesquisa são: Tratando-se do ecoturismo, quais são as variáveis que constituem o comprometimento ambiental? O que mais determina a intenção de consumo do ecoturista brasileiro? Qual o impacto do comprometimento ambiental em suas escolhas?

Desse modo, tendo em vista o apresentado, a presente pesquisa teve como objetivo geral propor um modelo para analisar os níveis de intenção do turista brasileiro em consumir o ecoturismo a partir da TCP. Visando alcançar o objetivo estabelecido, foram definidos alguns objetivos específicos, sendo eles: a) Caracterizar quais elementos e comportamentos constituem o “comprometimento ambiental” no ecoturismo; b) Identificar quais as crenças que norteiam os construtos da TCP (atitudes, normas subjetivas e CCP) no ecoturismo; c) Analisar como os construtos base e adicionados se comportam na predição da intenção de consumo do ecoturismo.

Com intuito de alcançar o objetivo definido, foi realizado, inicialmente, o levantamento bibliográfico nas bases de dados *Science Direct*, *Scopus* e *Web of Science*. A estratégia de busca utilizou as seguintes palavras-chave: “*Ecotourism AND intention AND consumption*” sem restrição de datas, com a intenção de aproximar o pesquisador ao conteúdo pesquisado e auxiliar na construção do roteiro de entrevista e demais instrumentos empíricos necessários para a realização da pesquisa.

Assim fazendo, foi possível identificar *gaps* quanto ao estudo da intenção de consumo no ecoturismo, como é o caso de pesquisas que envolvam a TCP e o comprometimento ambiental dos turistas, uma vez que as pesquisas encontradas, focam especificamente na preocupação ambiental (Lee; Moscardo, 2005; Huang; Liu, 2017) ou no conhecimento ambiental (Zhang; Lei, 2012; Schaffer; Tham, 2020).

⁴ A Região das Águas Quentes de Goiás é constituída pelos municípios de Caldas Novas e Rio Quente, formando a maior estância hidrotermal do mundo, com mais de seis milhões de litros por hora (Brasil, 2021b).

⁵ O Corredor do Ecoturismo mato-grossense é constituído pelos municípios de Nobres, Poconé e Chapada dos Guimarães. Nobres, conta com várias cachoeiras, grutas, sítios arqueológicos de grande valor científico com pinturas e inscrições rupestres e a famosa Lagoa Azul. Poconé é a porta de entrada para o Pantanal mato-grossense e é marcado pelos passeios de barco, trilhas e cavalgadas na região. Já o Parque Nacional da Chapada dos Guimarães é uma importante área de conservação, sendo o local onde se encontra a maior gruta de arenito do Brasil, a Gruta Azul, e a Caverna Aroe Jari, além de outros atrativos (Brasil, 2021b).

Após uma leitura aprofundada acerca da temática, bem como da teoria definida para o desenvolvimento da pesquisa, foram definidos os métodos e procedimentos de coleta e análise dos dados. No que tange ao procedimento de coleta de dados, a pesquisa é dividida em três etapas. A primeira diz respeito ao levantamento bibliográfico para aproximação do pesquisador com a temática e a identificação dos *gaps* de pesquisa. Na segunda etapa de coleta optou-se pela realização de entrevistas semiestruturadas com uma amostra reduzida da população pesquisada, considerando uma amostra por saturação⁶. Já a terceira e última etapa dos procedimentos de coleta fez uso da aplicação de questionários, considerando uma amostra calculada a partir dos critérios de Hair *et al* (2005)⁷. Ressalta-se que as etapas de coleta mencionadas são sequenciais e serviram como auxílio na construção da etapa seguinte, ou seja, não poderiam ser excluídas e/ou realizadas em outra ordem que não a citada anteriormente.

No que tange aos procedimentos de análise dos dados, a presente pesquisa é dividida em duas etapas⁸. Na primeira etapa, foi realizada a Análise de Conteúdo dos dados obtidos por meio das entrevistas semiestruturadas, tendo como finalidade a compreensão das crenças que originam as atitudes, as normas subjetivas, o CCP e o comprometimento ambiental. Essa análise foi fundamental para a elaboração do questionário a ser utilizado posteriormente. Já na segunda etapa da análise dos dados, foi conduzida a Modelagem de Equações Estruturais com Mínimos Quadrados Parciais (PLS-SEM), com intuito de averiguar a validade do modelo proposto e identificar os construtos que possuem maior impacto na intenção dos turistas de consumir o ecoturismo.

No que tange a operacionalização dos dados, foram utilizadas como ferramentas de auxílio dois *softwares* de análise. Na etapa da análise de conteúdo optou-se pela utilização do *Software QDA Miner* por ser um *software* que possibilita a realização de diversas análises qualitativas e quantitativas de um grande conjunto de documentos. No que tange a PLS-SEM, optou-se pela utilização do *Software* estatístico *Smart-PLS*, por ser considerado um *software* com alta aderência em pesquisas utilizando a TCP.

⁶ Por se tratar de uma amostra baseada na saturação dos dados, inicialmente não foi definido o tamanho mínimo e/ou máximo.

⁷ O autor diz que a amostra deve ter tamanho de no mínimo dez vezes, e no ideal quinze vezes maior do que a quantidade de variáveis analisadas.

⁸ Visto que os resultados da revisão sistemática da literatura serão disponibilizados como um artigo nos apêndices, não se fez necessária a criação de uma seção dedicada à sua análise.

1.1 Estrutura do Projeto de Tese

Além do capítulo introdutório em que são apresentados os aspectos gerais da pesquisa, a problemática, a justificativa e os objetivos, esta tese é composta por mais seis capítulos. O capítulo 2 apresenta a primeira parte do referencial teórico, esclarecendo, em um primeiro momento, o conceito de TER. Em seguida é apresentado de modo mais profundo o segmento de turismo foco desta pesquisa, o Ecoturismo.

O capítulo 3 apresenta a segunda parte do referencial teórico utilizado na pesquisa, onde é apresentada a base teórica para construção do modelo de análise. Nesse contexto, é contextualizada a TCP (Ajzen, 1991). Também são fornecidos exemplos de utilização da teoria no setor do turismo, destacando algumas extensões realizadas anteriormente para aprimorar a compreensão das intenções comportamentais. O capítulo abrange os aspectos gerais do comprometimento ambiental. Ressalta-se que, à medida que as discussões teóricas avançam, algumas hipóteses são apresentadas para serem testadas posteriormente.

O capítulo 4, por sua vez, trata dos métodos e procedimentos empregados na pesquisa, com destaque para a definição e os procedimentos realizados nas etapas de coleta e análise dos dados. No capítulo 5, são apresentados os resultados e discussões provenientes da pesquisa. Por último, mas não menos importante, o capítulo 6 traz as considerações finais da pesquisa. Ao final do trabalho, encontram-se as referências e os apêndices.

2. TURISMO NO ESPAÇO RURAL (TER)

O Turismo no Espaço Rural (TER) não é um conceito novo na literatura, com estudos de caso que datam do final do século XIX (Perales, 2002; Gao; Wu, 2017). Muitas vezes descrito como um meio para regenerar o desenvolvimento socioeconômico (Quaranta; Citro; Salvia, 2016; UNWTO, 2017) ou para revitalizar o declínio da produtividade rural (Kortoci; Kortoci, 2017), o TER mantém sua relevância, com os turistas buscando cada vez mais experiências autênticas (Guan; Gao; Zhang, 2019).

Uma definição universal de TER carece de consenso (De-Sousa; Kastenholz, 2015), embora algumas pesquisas iniciais tenham tentado formular tal definição (Gilbert, 1989; Greffe, 1994; Lane, 1994). Portanto, uma definição precisa permanece indefinida, pois o TER é complexo, engloba atividades multifacetadas e varia entre regiões e países (Pina; Delfa, 2005). Além disso, parece que existem poucos estudos investigando este aspecto. Consequentemente, conceituar TER continua difícil (Frochot, 2005) e tem implicações para o planejamento e a gestão (Lane, 1994).

Um artigo seminal de Lane (1994) sublinhou uma discussão abrangente sobre as cinco condições usadas para definir TER: localização em áreas rurais, funcionalidade, escala, caráter e padrão do lugar. No entanto, essas condições parecem ser discutíveis. Estudos como o de Nicola e McKenna (1998) e Komppula (2014), por exemplo, destacam que o TER não precisa estar localizado em áreas rurais. Neste contexto, ele pode ser realizado em áreas urbanas que incorporam funções rurais.

De modo geral, as diferentes interpretações das áreas rurais podem implicar que o escopo do estudo de TER poderia ter evoluído para atingir o espectro urbano, mas ainda estando associado a características tradicionais e rústicas.

Contudo, ainda que haja autores que considerem que o TER possa ser realizado em áreas urbanas, considerando as funções rurais, a presente pesquisa fará uso da definição de TER sugerida pelos seguintes autores: Oppermann (1996), Long e Nguyen (2018), Fotiadis *et al.* (2019) e Khartishvili (2019). Como um ponto comum, os autores supracitados definem o TER como a atividade turística desenvolvida em áreas não urbanas e que considerem as paisagens naturais e os recursos locais de uma determinada região. O Quadro 1 apresenta uma síntese das definições apresentadas pelos autores supracitados.

Quadro 1: Definições de TER

AUTOR	ANO	DEFINIÇÃO
Oppermann	1996	O TER é definido como o turismo em um território não urbano, onde a atividade humana (terra e economia relacionada) está acontecendo, principalmente a agricultura; uma presença humana permanente parece um requisito de qualificação.
Long e Nguyen	2018	O TER é definido como um tipo de turismo que se relaciona com todas as atividades que ocorrem fora das áreas municipais e engloba o patrimônio natural e cultural das regiões rurais.
Fotiadis <i>et al</i>	2019	O TER é uma modalidade turística que engloba subcategorias. Seu objetivo é potencializar e valorizar o “ambiente turístico rural” de cada região, por meio de práticas sustentáveis que respeitem e estejam em harmonia com os valores naturais, sociais e comunitários.
Khartishvili	2019	O TER é o turismo em áreas menos urbanizadas do país, em paisagens naturais e culturais tradicionais, com base em recursos locais, como agricultura tradicional e patrimônio cultural material e imaterial.

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de Oppermann (1996), Long e Nguyen (2018), Fotiadis *et al* (2019) e Khartishvili (2019).

O TER é de grande importância para o desenvolvimento de regiões. De acordo com Podovac e Toncev (2016), por meio da implementação do TER de forma efetiva, é possível gerar e realizar a manutenção de renda local, aumentar a oferta de emprego e crescimento, gerar recursos para infraestrutura econômica e social, incentivar o desenvolvimento do setor industrial, gerar conteúdo e serviços locais, bem como criar condições para a preservação da cultura e dos recursos culturais. Além disso, o desenvolvimento do turismo em áreas rurais melhora a relação entre pessoas de diferentes características demográficas, possibilitando a aproximação de diferentes culturas em um mesmo ambiente.

Para Polo (2010), o desenvolvimento da atividade turística rural é muito adequado para melhorar o desenvolvimento das áreas rurais, da mesma forma que Marzo-Navarro (2017) afirmou que o turismo rural promove o desenvolvimento e o crescimento econômico das áreas de destino, para as quais é uma prioridade para atingir os objetivos de sustentabilidade econômica, sociocultural e ambiental.

Os benefícios do turismo rural como um motor para o desenvolvimento econômico e um contribuinte para a qualidade de vida dos residentes rurais têm sido frequentemente destacados (Petrovic *et al.* 2018; Su; Huang; Huang, 2018; Martínez 2019), seja pelo ponto de vista das partes interessadas ligadas ao turismo rural, seja pelo ponto de vista dos turistas. No que tange às partes interessadas, há um grande direcionamento aos benefícios percebidos para os residentes, direcionando atenção especial e apego para o envolvimento e desenvolvimento da comunidade local (Polukhina *et al.*, 2021).

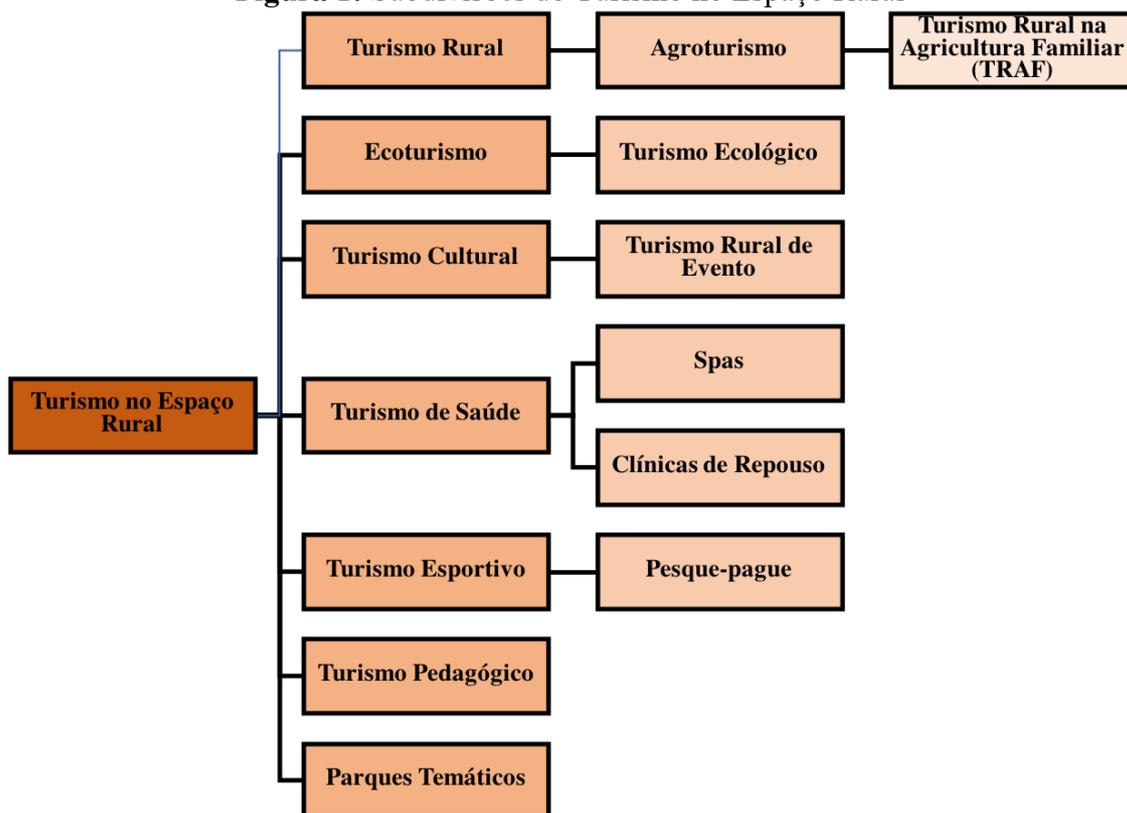
No que diz respeito aos turistas, também há benefícios na forma de melhoria do bem-estar físico e mental devido aos poderes restauradores e curativos da natureza (Kumar, 2020). Como Liu *et al.* (2020, p. 177) apontam, o desenvolvimento do turismo em áreas rurais é altamente prospectivo devido ao fato de que um número crescente de pessoas “procuram o cenário natural e os costumes populares autênticos no campo tranquilo e pacífico para escapar da industrialização e urbanização”.

O setor do turismo rural é formado por uma grande quantidade de pequenas e médias empresas (PMEs), tendo como característica uma cadeia fragmentada de fornecedores e intermediários. Em pesquisa realizada por Petrovic *et al.* (2018), observou-se que não só a qualidade da infraestrutura e dos serviços de saúde, mas também a simpatia dos residentes para com os visitantes e a facilidade de comunicação entre eles são os alicerces do desenvolvimento do turismo rural. Os referidos autores concluíram que para que a atividade do TER ocorra de modo satisfatório, é necessário equilibrar os interesses das empresas, das comunidades locais e das autoridades locais como as partes interessadas essenciais.

É imperativo ressaltar que o turismo em áreas rurais pode ser contemplado em diversas atividades. Sobre isso, Corsino (2021) aponta que ele pode ser subdividido em turismo rural (agroturismo), ecoturismo, turismo cultural, turismo de saúde (clínicas de repouso), turismo esportivo (pesque-pague), turismo pedagógico e parques temáticos (Figura 1).

No que tange às suas divisões são apresentadas as definições de cada um deles:

- turismo rural ou agroturismo, ocorre no meio rural e é fortemente ligado à produção agropecuária e a prática não só agrega valor a produtos e serviços, mas também promove e resgata o patrimônio cultural e natural das comunidades rurais (Brasil, 2010);
- ecoturismo: é uma prática sustentável, tanto cultural quanto ecologicamente, que visa a preservação dos recursos naturais e possibilita o aumento da renda da propriedade rural e a conscientização ambiental tanto do empresário quanto do visitante (Roque; Vivian, 1999);
- turismo cultural: é o interesse em aspectos locais pitorescos, vestígios de culturas em processo de extinção e diversas facetas culturais de uma comunidade, o que inclui a arte, a arquitetura, os museus, os locais históricos e a cultura popular (Soares, 2007);

Figura 1: Subdivisões do Turismo no Espaço Rural

Fonte: Corsino (2021, p. 48).

- turismo de saúde: essa modalidade envolve o uso de serviços e recursos para fins médicos, terapêuticos e estéticos. É uma das práticas turísticas mais antigas, com indivíduos buscando manter ou melhorar a saúde física e mental (Brizolla, 2006; Dorneles *et al.*, 2009);
- turismo pedagógico: essa modalidade é organizada por instituições de ensino em parceria com empresas especializadas. Envolve viagens como complemento ao conhecimento adquirido em sala de aula, explorando espaços rurais e naturais para o ensino de ecologia e a observação de fauna e flora (Ansarah, 2005);
- turismo esportivo: essa prática envolve a participação, envolvimento ou observação de atividades esportivas. Destaca-se atualmente a prática de Pesque-pague, que são empreendimentos de pesca amadora destinados ao lazer (Brizolla, 2006; Colantuono, 2019);
- parques temáticos: esses espaços, sejam eles nacionais, estaduais ou municipais, são unidades de conservação com o objetivo de preservar ecossistemas naturais de relevância ecológica e beleza cênica (Soares, 2007).

Como se pode observar, o TER pode ser realizado de forma variada, sendo possível a realização de uma gama de atividades. Tendo em vista a amplitude dessas atividades, a presente pesquisa focou apenas nas atividades ecoturísticas, uma vez que esta tem apresentado crescimento considerável nos últimos anos. A decisão se deu pela importância do ecoturismo no Brasil, bem como pelo conhecimento prévio do pesquisador de áreas ecoturísticas. Neste contexto, na próxima seção são apresentados conceitos e dados acerca do ecoturismo.

2.1 Ecoturismo

O ecoturismo é inspirado principalmente pela história natural de uma área, incluindo suas culturas indígenas. O ecoturista visita áreas relativamente pouco desenvolvidas, com espírito de apreciação, participação e sensibilidade. Além disso, os turistas praticam uso não consumível da vida selvagem e dos recursos naturais e contribuem para a área visitada por meio de mão-de-obra ou meios financeiros destinados a beneficiar diretamente a conservação do local e o bem-estar econômico dos moradores locais (Ziffer, 1989).

De acordo com a *The International Ecotourism Society* (2015), o ecoturismo trata de unir conservação, comunidades e viagens sustentáveis que promovam a compreensão e valorização da natureza, da sociedade local e da cultura. Nesse sentido, o ecoturismo é definido pela sociedade supracitada como as viagens realizadas de forma responsável para áreas naturais que realizem a conservação do meio ambiente, garantam e mantenham o bem-estar da população local e envolvam interpretação e educação dos turistas. Além disso, o setor consiste principalmente em um conjunto de pequenas e médias empresas, comunidades locais e ONGs que desenvolvem e implementam programas de ecoturismo.

O ecoturismo, também conhecido como viagem ecológica ou turismo baseado na natureza, tem sido definido de várias maneiras. Em um abrangente artigo de revisão da literatura, Bjork (2000), com base em uma série de conceitos desenvolvidos dentro da literatura existente definiu o ecoturismo como:

“uma atividade em que as autoridades, a indústria do turismo, os turistas e a população local possibilitam que os turistas viajem para áreas genuínas, a fim de admirar, estudar e desfrutar da natureza e da cultura de uma forma que não

explore o recurso, mas contribua para o desenvolvimento sustentável” (Bjork, 2000, p. 196).

Este conceito fornece uma visão holística do ecoturismo, especificando os diferentes tipos de partes interessadas envolvidas no ecoturismo. Nesse sentido, para que o ecoturismo seja bem-sucedido, existem alguns aspectos vitais que devem ser considerados. Antes de tudo, as partes interessadas, locais e internacionais, devem depender do Estado (Ministérios do Turismo, Florestas, Meio Ambiente, dentre outros) e formar parcerias para desenvolver políticas que protejam e gerenciem as áreas naturais, o que facilita a implementação adequada dessas políticas. A reputação e o reconhecimento do país são muito importantes neste setor, portanto, o governo e os ministérios têm a responsabilidade de promover a imagem desse país como um destino de ecoturismo.

Contudo, ainda que o ecoturismo represente uma grande oportunidade para os órgãos públicos e privados, possibilitando maiores possibilidades de consumo, é importante lembrar que sua característica principal é o cuidado com a natureza. Deming (1996) enfatizou que as pessoas têm cada vez mais o forte desejo de descobrir mais do mundo e buscam continuamente se aproximar das atrações naturais. Aqui, a apreensão torna-se extremamente significativa se um número cada vez maior de turistas se transformarem em ecoturistas, aumentando as visitas em áreas protegidas e pequenas aldeias, uma vez que uma grande quantidade de pessoas se aproximando das atrações naturais, pode gerar um efeito de insustentabilidade (Butcher, 2007). Por outro lado, o *Center for Responsible Travel* (CREST, 2017) aponta que a demanda por ecoturismo está aumentando à medida que os turistas estão mais interessados na promoção e no desenvolvimento de práticas sustentáveis enquanto viajam.

Nesse contexto, Blamey (2001) apresenta o conceito de ecoturismo, como o turismo constituído por três dimensões (baseado na natureza, ambientalmente correto e gerido de forma sustentável) que devem ser utilizadas para superar problemas como os mencionados por Deming (1996). Nesse sentido, para que o destino seja considerado ecoturístico é necessário que ele contenha a interrelação das três dimensões: a dimensão “baseada na natureza” diz respeito a atividades turísticas que ocorrem em ambientes naturais e que, de alguma forma, envolvem a apreciação desses ambientes; a dimensão “ambientalmente correta”, refere-se ao compromisso do turismo de causar o mínimo impacto possível ao meio ambiente, reduzindo o desperdício e a poluição, e promovendo a conscientização ambiental; já a dimensão “gerida de forma sustentável” indica que as

práticas de turismo devem considerar a conservação dos recursos naturais e culturais a longo prazo, proporcionando benefícios tanto para os destinos turísticos quanto para os visitantes (Blamey, 2001).

Existe um grande corpo de literatura empírica que se concentra nos determinantes do ecoturismo, embora quase não existam estudos econométricos que se concentrem especificamente em seus determinantes. Segundo Courvisanos e Jain (2006), os recursos humanos por meio do envolvimento da comunidade local são um fator importante para o sucesso do ecoturismo. De acordo com os autores, as atrações (singularidade, pontos turísticos, qualidade ambiental) significam as principais áreas de atenção do visitante e podem ser naturais ou artificiais, bem como de propriedade pública ou privada.

Para eles, a singularidade diz respeito ao caráter único e distinto de um local ou atração que o diferencia de outros destinos turísticos; os pontos turísticos são locais específicos que atraem visitantes devido à sua relevância histórica, cultural, arquitetônica ou natural; e, a qualidade ambiental diz respeito ao estado de conservação do meio ambiente em um destino turístico, incluindo a pureza do ar, a limpeza da água e a biodiversidade da fauna e flora (Courvisanos; Jain, 2006). É importante destacar que tanto a singularidade, quanto os pontos turísticos consideram a imagem do destino como importante no momento das decisões de consumidores.

Sobre isso, Zhang *et al.* (2014) ao avaliarem o impacto da imagem do destino na lealdade do turista constataram que o impacto da imagem do destino na lealdade do turista é significativo. Especificamente, a imagem geral (percepção global) tem o maior impacto na lealdade do turista, seguida da imagem afetiva (sentimentos e emoções que o destino evoca no turista) e da imagem cognitiva (conhecimento que o turista possui sobre o destino). Chi e Pham (2022) por sua vez, ao avaliar como a imagem do destino pode afetar na intenção do consumidor, concluíram que a imagem do destino influencia positivamente na intenção do consumidor. Para os autores a imagem do destino pode ser fator determinante para as decisões dos consumidores em situações de fuga, busca de conhecimento, autodesenvolvimento.

Como se observa, a literatura sobre ecoturismo tem feito progressos significativos no exame do lado da demanda do ecoturismo, especialmente em relação aos determinantes dos comportamentos do ecoturismo, dos quais, a preocupação ambiental é amplamente evidenciada como um antecedente. Notavelmente, a literatura empírica sobre o lado da demanda do ecoturismo tem prestado menos atenção à intenção

do ecoturismo, enquanto mais foco tem sido colocado na compreensão das preferências do consumidor do ecoturismo, bem como satisfação e características demográficas, como é evidenciado nas revisões de Weaver e Lawton (2007) e Das e Chatterjee (2015).

Mais especificamente, a literatura existente sobre a intenção de ecoturismo tem prestado atenção principalmente aos efeitos de fatores como motivação (Luo; Deng, 2008; Hultman; Kazemina; Ghasemi, 2015), atitudes em relação ao ecoturismo (Zhang; Lei, 2012; Teeroovengadum, 2019), preocupação ambiental (Huang; Liu, 2017; Pham; Khanh, 2021), conhecimento ambiental (Ardoin *et al.*, 2015; Zheng *et al.*, 2018), experiência em ecoturismo (Lee; Moscardo, 2005; Huang; Liu, 2017; Brochado, 2019), e identidade ambiental (Teeroovengadum, 2019).

No que tange à motivação, Luo e Deng (2008) por exemplo, ao realizar sua pesquisa com objetivo de examinar a relação entre as atitudes ambientais e as motivações para consumir o ecoturismo, concluíram que as atitudes ambientais dos turistas são heterogêneas nas quatro motivações turísticas (física, cultural, interpessoal e prestígio). Especificamente, aqueles que apoiam mais os limites do crescimento e estão mais preocupados com uma crise ecológica tendem a ter um maior desejo de estar perto da natureza, aprender sobre a natureza e fugir da rotina e dos problemas associados às cidades. Além disso, aqueles cujas motivações são voltadas para o desenvolvimento de competências e habilidades ou buscam experimentar coisas novas, ambientes e contato social tendem a apoiar mais a noção de humano do que a natureza.

Hultman, Kazemina e Ghasemi (2015) por sua vez, avaliaram como a motivação se relaciona com as crenças e atitudes ambientais, bem como a disposição a pagar preços *premiums* (DPPP) geravam efeitos na intenção de consumo do turista. Os autores concluíram que a motivação possui uma forte relação com as crenças e atitudes ambientais, principalmente quando se trata de motivação pessoa. Além disso, os autores concluíram que as atitudes e crenças ambientais se conectam positivamente com a DPPP, ou seja, caso o indivíduo tenha crenças e atitudes ambientais bem definidas, ele terá maior disponibilidade a pagar preços *premiums*.

Tratando-se de preocupação ambiental intenção de consumir serviços/produtos ecoturísticos, Huang e Liu (2017) investigou de forma conjunta o papel mediador da preocupação ambiental e das experiências de ecoturismo. Como resultados, foi possível perceber que a preocupação ambiental e a experiência de ecoturismo mediaram as relações entre motivação e intenção de revisitar. O teste de moderação mostra que a

intenção de revisita dos turistas estrangeiros e a experiência de ecoturismo são maiores quando a preocupação ambiental é alta.

Pham e Khanh (2021) também avaliaram os fatores decisivos que afetam a intenção dos viajantes em visitar destinos ecoturísticos. Em seus resultados, foi constatado que a preocupação ambiental, a perspectiva do tempo e a imagem dos ecodestinos são fatores essenciais para a construção da intenção dos viajantes.

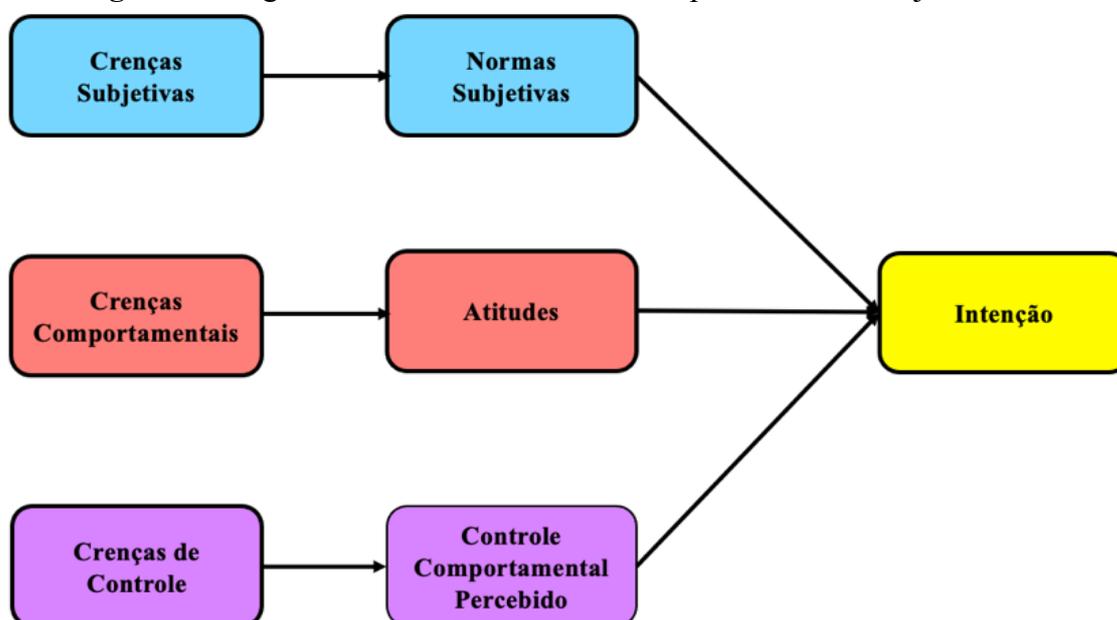
Zheng *et al.* (2018) avaliaram como o conhecimento ambiental pode influenciar nas atitudes e crenças relacionadas ao ecoturismo, concluindo que é perceptível relações positivas entre conhecimento ambiental e atitude ambiental, atitude ambiental e comportamento ambiental, e conhecimento ambiental e comportamento ambiental. Nesse sentido, os autores apontam que os indivíduos com maior conhecimento ambiental são mais propícios a realizarem viagens para destinos naturais.

Por fim, Teeroovengadum (2019) investigou o papel da identidade ambiental na explicação das atitudes e comportamentos do ecoturismo, primeiro, testando seus efeitos diretos na atitude ecoturística e no interesse pelo ecoturismo e, segundo, testando seus efeitos diretos e mediados na intenção ecoturística e DPPP. Os resultados demonstram empiricamente que uma identidade ambiental mais forte leva diretamente a uma atitude ecoturística mais positiva, maior interesse pelo ecoturismo e maior DPPP.

3 A TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO (TCP)

A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) é uma extensão da teoria da ação racional (Fishbein; Ajzen, 1975; Ajzen; Fishbein, 1980) tornada necessária devido as limitações observadas no modelo original para lidar com comportamentos sobre os quais as pessoas têm controle volitivo incompleto. A Figura 2 mostra a teoria na forma de um diagrama estrutural. Para facilitar a apresentação, os possíveis efeitos de *feedback* do comportamento sobre as variáveis antecedentes não são mostrados.

Figura 2: Diagrama Estrutural: Teoria do Comportamento Planejado – TCP



Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de Ajzen (2019).

Como na teoria original da ação racional, um fator central na teoria do comportamento planejado é a intenção do indivíduo de executar um determinado comportamento. Supõe-se que as intenções capturam os fatores motivacionais que influenciam um comportamento; são indicações de quanto as pessoas estão dispostas a tentar, de quanto esforço planejam fazer para realizar o comportamento. Como regra geral, quanto mais forte a intenção de se envolver em um comportamento, mais provável deve ser seu desempenho.

Deve ficar claro, no entanto, que uma intenção comportamental pode limitar a expressão no comportamento apenas se o comportamento em questão estiver sob controle volitivo, isto é, se a pessoa puder decidir à vontade executar ou não o comportamento.

Ajzen (1985) acredita que embora alguns comportamentos possam de fato atender a esse requisito muito bem, o desempenho da maioria depende, pelo menos até certo ponto, de fatores não motivacionais, como disponibilidade de oportunidades e recursos necessários (por exemplo, tempo, dinheiro, habilidades, cooperação de outros). Coletivamente, esses fatores representam o controle real das pessoas sobre o comportamento. Na medida em que uma pessoa tenha as oportunidades e os recursos necessários e pretenda realizar o comportamento, ela deverá conseguir fazê-lo.

Ressalta-se que a TCP é uma das teorias psicológicas mais influentes e comumente usadas para explicar comportamentos. Para a TCP, a maioria dos comportamentos humanos são direcionados a objetivos (Ajzen, 1985), portanto, uma pessoa se comportaria de determinada maneira porque ela tem a “intenção” de fazê-lo. Essa “Intenção” é influenciada pela “Atitude” da pessoa, “Normas subjetivas” e “Controle comportamental percebido (CCP)”.

Desse modo, na formulação atual da teoria, uma atitude favorável e uma norma subjetiva de apoio fornecem a motivação para se engajar no comportamento, mas uma intenção concreta de fazê-lo é formada apenas quando o controle percebido sobre o comportamento é suficientemente forte (Ajzen, 2020).

Neste contexto, a “atitude” em relação ao comportamento refere-se à avaliação dos prováveis resultados do comportamento em particular. Uma atitude é a predisposição de uma pessoa com valor positivo ou negativo, para responder e se comportar de maneira consistente em relação a determinados objetivos definidos, como um produto ou um destino turístico. No contexto do turismo, as atitudes são as predisposições ou sentimentos em relação a um destino ou serviço de viagem, com base em múltiplos atributos percebidos do produto ou serviço (Ajzen, 1991).

As “normas subjetivas”, por sua vez, se relacionam com o fato de o meio social aprovar ou não o comportamento específico, bem como em que medida o indivíduo é influenciado por seu ambiente social, ou seja, refere-se à percepção de um indivíduo sobre referências sociais ou crenças relevantes que ele deve ou não realizar. Como as pessoas sempre recorrem a grupos específicos para seus padrões de julgamento, qualquer pessoa que sirva como grupo de referência pode ter uma influência fundamental nas crenças, atitudes e escolhas dos indivíduos (Ajzen, 1991).

Finalmente, o CCP aproveita a capacidade percebida do indivíduo para executar o comportamento (Botetzagias; Dima; Malesios, 2015) e diz respeito as percepções de um indivíduo sobre sua capacidade de executar um determinado comportamento.

Segundo Ajzen (1991) vários recursos ou oportunidades podem ditar a probabilidade de realização comportamental, como fatores facilitadores (Triandis, 1977; Russo *et al*, 2015), oportunidade (Sarver, 1983; Willman-Iivarien, 2017; Sheth, 2020), recursos disponíveis (Liska, 1984; Prasad; Jha, 2014) e controle de ação (Kuhl 1985; Domke *et al*, 2022). Neste sentido, a inclusão do controle comportamental percebido fornece informações sobre as possíveis restrições à ação de consumo do indivíduo.

Embora a intenção comportamental possa ser definida como a tentativa ou plano de um indivíduo de executar um comportamento específico (Swan; Martin, 1981), ele representa as expectativas de um indivíduo sobre um determinado comportamento, em um determinado ambiente e pode ser operacionalizado como a probabilidade de agir (Fishbein; Ajzen, 1975).

Sobre as expectativas do indivíduo, Yamada (2019) aponta que podem ser estimadas de duas formas, em casos em que o indivíduo ainda não tenha utilizado o produto/serviço e em casos que ele já fez uso, ou seja, conhece o produto. Neste caso, no primeiro a avaliação é utilizada conforme suas expectativas. Já no segundo, a avaliação é realizada a partir de experiência prévia, gerando novas expectativas.

Muitos estudos sobre a intenção de escolha de destino foram conduzidos com base no modelo TCP (Lam; Hsu, 2004; Lam; Hsu 2006; Sparks; Pan, 2009; Hultman; Kazeminia; Ghasemi, 2015; Lin; Huang, 2021), que proclamam que a intenção comportamental é uma consequência da atitude, norma subjetiva e a CCP (Ajzen, 1991). Consequentemente, a atitude, a norma subjetiva e a CCP são conduzidas a partir das crenças que precedem tais construtos, ou seja, as crenças comportamentais, normativas e de controle (Ajzen, 2019).

Lam e Hsu (2006) por exemplo, buscaram analisar a aplicabilidade da TCP usando seus construtos centrais (atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido), com a adição da variável de comportamento passado, na intenção comportamental de escolher um destino de viagem. Em seus resultados, as autoras concluíram que a atitude, o controle comportamental percebido e o comportamento passado estão relacionados à intenção comportamental de escolher um destino de viagem.

Hultman, Kazeminia e Ghasemi (2015) por sua vez, a partir da TCP e de suposições pós-materialistas investigaram os principais antecedentes da intenção de se engajar no ecoturismo e pagar preços *premium* por esse tipo de experiência. Neste sentido, os referidos autores propuseram um modelo conceitual constituído pelas crenças ambientais, atitudes em relação ao ecoturismo, indicações comportamentais e disposição

para pagar preço *premium* (DPPP), em combinação com o materialismo e a motivação geral do turismo. Entre os resultados mais importantes, os autores observaram que as atitudes e as crenças ambientais se conectam positivamente com a intenção e o DPPP; no entanto, os valores materialistas exercem um efeito negativo. Os resultados também revelaram efeitos moderadores divergentes sobre as crenças ambientais dependendo do tipo de motivação turística que guia o turista.

Em pesquisa mais recente, foi realizado o teste para expansão da TCP a partir da inclusão de dois novos construtos, a proteção ecológica e bem-estar pessoal para avaliar as intenções dos residentes de uma região da China. Os resultados mostraram que os três fatores psicológicos dos residentes (atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido) influenciam significativamente na intenção ecológica. Além disso, os autores observaram que a intenção ecológica impactou ainda mais os comportamentos, e a atitude em relação ao comportamento provou ser o principal fator que influencia a intenção ecológica dos residentes (Lin; Huang, 2021).

De modo geral, a maior parte do trabalho sobre a intenção de escolha do destino (Lam; Hsu, 2004, Lam; Hsu, 2006; Sparks; Pan, 2009) foi realizada com base no modelo TCP, que proclama que a intenção comportamental é uma consequência da atitude, norma subjetiva, e controle comportamental percebido (Ajzen, 1991). Embora a norma subjetiva de um indivíduo e o controle comportamental percebido afetem o comportamento futuro, eles o fazem apenas indiretamente por intenção comportamental (Fishbein; Ajzen, 1975; Ajzen, 1991).

No que tange às normas subjetivas, considera-se que elas tenham um impacto direto nas intenções e comportamentos de compra dos consumidores. Particularmente, as atitudes e comportamentos de indivíduos em países econômica e socialmente subdesenvolvidos estão altamente relacionados a normas subjetivas. As famílias, parentes, amigos e colegas dos consumidores determinam as normas subjetivas. Assim, as pessoas ao redor dos consumidores moldam as atitudes do indivíduo (Du *et al.*, 2017; Singh; Verma, 2017; Hansen *et al.*, 2018). Como resultado, as normas subjetivas são um determinante importante da intenção de se consumir o ecoturismo e um fator importante.

Neste sentido, as normas subjetivas são definidas como a pressão social percebida para realizar ou abster-se de certas ações (Ajzen, 1991). Paul *et al.* (2016) argumentaram que as ações de um consumidor estão sob a influência das pessoas ao seu redor, como amigos próximos, parentes, colegas de trabalho ou parceiros de negócios. Desse modo, as normas subjetivas podem ser definidas como a influência das expectativas dos

familiares ou amigos sobre as ações dos indivíduos sobre determinados alvos ou conceitos (Hanzaee; Ramezani, 2011).

Portanto, as normas subjetivas referem-se às percepções das pessoas ao redor sobre se uma ação específica deve ou não ser executada. Elas são caracterizadas como o entendimento que um indivíduo tem da pressão social que percebe. Com base nos argumentos apresentados, têm-se a seguinte hipótese:

H1: a intenção de visitar um destino ecoturístico é diretamente afetada pelas normas subjetivas do consumidor.

No comportamento do consumidor, a atitude é uma tendência positiva ou indesejável de um indivíduo em relação a um objeto. Fishbein e Ajzen (1975) definiram atitude como um estado de espírito que indica o sentimento positivo ou negativo de uma pessoa ou a intenção de realizar uma determinada ação. Portanto, a atitude de um consumidor em relação ao mesmo produto pode variar dependendo da localização ou situação que ele está vivenciando (Schiffman; Kanuk, 2010).

A atitude dos consumidores e a intenção de fazer uma compra são amplamente estudadas (Paul *et al.*, 2016; Kudeshia; Kumar, 2017). Os modelos teóricos mais populares no estudo do comportamento do consumidor são o modelo atitude-comportamento, como é o caso da teoria da ação racional (TAR) e a teoria do comportamento planejado. A TAR e a TCP assumem que quando as pessoas realizam certas ações, elas fazem uma escolha racional, e as ações são guiadas pela intenção da ação.

A atitude em relação a uma ação mostra o nível de avaliações negativas ou positivas da ação-alvo do ponto de vista do consumidor (Ajzen, 1991). Ramayah, Lee e Mohamad (2010) argumentaram que atitude inclui ações e resultados percebidos. Segundo Kotchen e Reiling (2000), a atitude é um importante fator de estimativa da intenção de uma ação. Sendo assim, a atitude é uma emoção psicológica transmitida por meio da avaliação dos consumidores. Se for positivo, tende a influenciar positivamente a intenção de ação (Chen; Tung, 2014). Mais especificamente, existe uma relação positiva entre atitude e ações (Mostafa, 2007).

Além disso, Van-Birgelen, Semeijn e Keicher (2009) argumentaram que uma atitude positiva sobre um produto mostrado por um consumidor aumentará a intenção de compra. Muitos pesquisadores descobriram que a intenção comportamental foi

influenciada positivamente pela atitude (Lam; Hsu, 2006; Chen; Tung, 2014; Han; Yoon, 2015). Lam e Hsu (2006) por exemplo, testaram a aplicabilidade do modelo da TPB usando seus construtos centrais (atitude, norma subjetiva e CCP), com a adição da variável comportamento passado⁹, na intenção comportamental de escolher um destino de viagem. Em seus resultados, os autores concluíram que a atitude, o CCP e o comportamento passado estão relacionados à intenção comportamental de escolher um destino de viagem.

Chen e Yung (2014) por sua vez, objetivaram estender a TCP adicionando o construto “preocupação ambiental” como antecedente dos construtos base (atitudes, normas subjetivas e CCP) para prever a intenção dos consumidores de visitar hotéis verdes. Em suas constatações, os autores observaram que a preocupação ambiental dos consumidores exerce de fato uma influência positiva nos construtos base, que por sua vez influenciam a sua intenção de visitar hotéis verdes conforme esperado.

Já Han e Yoon (2015), investigaram formação da intenção de hóspedes na seleção de hotéis ambientalmente responsáveis. Os resultados demonstraram que entre os construtos avaliados (atitudes, normas subjetivas, CCP, consciência ambiental, eficácia percebida, reputação ecológica), a atitude apresenta grande influência na intenção. Tendo em vista as informações apresentadas, a seguinte hipótese foi levantada:

H2: a intenção de visitar um destino ecoturístico é diretamente afetada pelas atitudes do consumidor.

Como já mencionado, o controle comportamental percebido (CCP) reflete a percepção das pessoas de como é fácil ou difícil executar um comportamento (Ajzen, 1991). Ele reflete a percepção sobre o acesso a recursos e oportunidades necessárias para realizar o comportamento, incluindo acesso a dinheiro, tempo e outros recursos, e a autoconfiança da pessoa focal na capacidade de realizar o comportamento (Ajzen, 1991; Taylor; Todd 1995). Mandese (1991) ressalta que embora os consumidores tenham uma atitude positiva com produtos e serviços verdes, eles podem nem sempre comprar estes produtos ou serviços influenciados pelo CCP (por exemplo, preço).

⁹ A influência do comportamento passado no modelo de comportamento planejado de Ajzen (1991) é um aspecto importante, mas que não foi originalmente incluído na formulação do modelo. Pesquisas subsequentes indicaram que o comportamento passado pode ter um impacto significativo na predição de comportamentos futuros, principalmente em situações em que o comportamento é habitual. Vale destacar que o comportamento passado não é uma variável avaliada na presente pesquisa.

O CCP não é apenas um fator poderoso que influencia a mudança de atitude e comportamento, mas também está relacionado a crenças salientes que são consideradas recursos importantes para a tomada de decisão (Armitage; Talibudeen 2010). Roberts (1996) também argumenta que o CCP pode influenciar positivamente a atitude e a intenção de compra dos consumidores. Quando um consumidor considera que outras pessoas significativas podem não concordar em comprar um produto ou serviço, ele ou ela pode enfrentar obstáculos psicológicos para realizar esse comportamento, afetando negativamente o seu CCP (Kim; Karpova 2010).

Yang-Wallentin *et al* (2004) ressaltam que a determinação conjunta da intenção é bastante direta: a ideia básica é que, quando os indivíduos formam intenções, eles levam em consideração sua atitude em relação a esse comportamento, as normas sociais prevaletentes a respeito do comportamento e seu CCP. Um indivíduo não formará a intenção de fazer algo, a menos que ele pense que há alguma chance de converter essa intenção em comportamento, dado o controle comportamental.

Sendo assim, os referidos autores reforçam que o efeito de interação pode ser entendido de duas maneiras: uma psicológica e outra não psicológica. Em primeiro lugar, eles acreditam que um indivíduo aumentará sua intenção de realizar um comportamento quando seu CCP for maior. Na verdade, um indivíduo estará mais motivado e tentará realizar um comportamento mais difícil do que o realizado por outro indivíduo que apresente a mesma intenção, mas com mais limitações percebidas no desempenho comportamental. Ajzen (1991) chama isso de hipótese de interação intenção \times CCP no comportamento. Tendo em vista os argumentos apresentados acima, tem-se a seguinte hipótese:

H3: a intenção de visitar um destino ecoturístico é diretamente afetada pelo controle comportamental percebido (CCP) do consumidor.

3.1 Extensão da Teoria do Comportamento Planejado: o comprometimento ambiental

A TCP tem sido utilizada para examinar uma variedade de comportamentos sociais com forte utilidade preditiva, especialmente para aqueles que não estão totalmente sob controle pessoal. Embora a eficácia do modelo tenha sido validada na previsão de uma ampla gama de intenções e comportamentos, sua suficiência na previsão de

comportamentos turísticos ainda está sendo questionada. Como observado, pesquisas mais recentes constantemente buscam realizar a inclusão de algum construto para melhorar explicação dos determinantes da intenção de se consumir um produto ou serviço.

Neste contexto, Ajzen (2020) aponta que a TCP em sua composição original é suficiente para compreender a intenção de se consumir um produto ou serviço. Contudo, o referido autor reforça que caso necessário, a TCP está aberta à adição de novos construtos, assim como é o caso da teoria da ação racional (TAR) que foi expandida para produzir a TCP por meio da adição do controle comportamental percebido. Tendo isso em vista, a presente pesquisa propõe a adição do construto “comprometimento ambiental”.

O compromisso com o meio ambiente é uma construção da relação pessoa-ambiente. De acordo com Kelley e Thibault (1978) o compromisso é um conceito enraizado para examinar a estrutura das relações interpessoais, a teoria da interdependência e o modelo de compromisso de Rusbult (1980; 1983).

Do ponto de vista da teoria da interdependência, os indivíduos estão mais comprometidos na medida em que são dependentes uns dos outros para satisfazer exclusivamente suas necessidades. Davis, Green e Reed (2009) forneceram evidências de que o compromisso com o meio ambiente prediz os comportamentos ambientais anteriores dos indivíduos, bem como suas intenções comportamentais ambientais. Os referidos autores usaram uma manipulação experimental da dependência do mundo natural para aumentar a probabilidade de os participantes se oferecerem ou aprenderem sobre oportunidades de voluntariado para a limpeza de um rio local.

Na teoria e na pesquisa de relacionamentos próximos, o compromisso foi identificado como um processo central que inclui uma orientação de longo prazo em direção a um relacionamento, a intenção de persistir em um relacionamento e o apego psicológico a um parceiro (Arriaga; Agnew, 2001; Rusbult, *et al.*, 2001). Com base na teoria da interdependência (Thibaut; Kelley, 1959), o modelo de comprometimento de Rusbult (1980) é uma estrutura comumente empregada para compreender os fatores que predizem o comprometimento.

A partir desta perspectiva, a satisfação, os investimentos e as alternativas predizem de forma independente o comprometimento dos indivíduos com o relacionamento. Desse modo, a satisfação do indivíduo, que se refere à avaliação subjetiva da positividade ou negatividade relativa experimentada em um relacionamento,

está positivamente associada ao compromisso. Os investimentos, que se referem a recursos tangíveis ou intangíveis vinculados a um relacionamento e que seriam perdidos se o relacionamento se dissolvesse, também estão positivamente associados ao compromisso. As alternativas, que se referem à extensão em que as necessidades dos indivíduos podem ser atendidas sem o parceiro de relacionamento atual, estão negativamente associadas ao compromisso.

Uma riqueza de pesquisas apoiou este modelo de comprometimento e, coletivamente, satisfação, investimentos e alternativas respondem por dois terços da variabilidade no comprometimento (Le; Agnew, 2003). Embora os estudiosos tenham empregado com sucesso este modelo para explicar fenômenos tão extensos quanto a adesão a regimes médicos (Putnam *et al.*, 1994), participação em atividades musicais (Koslowsky; Kluger, 1986), e até mesmo a “guerra contra terror” (Agnew *et al.*, 2007), nenhum trabalho anterior procurou aproveitar o poder desse modelo de compromisso para compreender o compromisso dos indivíduos com o ambiente natural e sua influência nas intenções de consumir um determinado produto ou serviço.

Neste contexto, a presente pesquisa fez uso do conceito de comprometimento apresentado, para mensurar sua influência nas intenções comportamentais do indivíduo no momento de decidir visitar ou não um destino ecoturístico.

Sendo assim, com base no apresentado, reforça-se que o compromisso se refere a “um desejo duradouro de manter um relacionamento valioso” (Moorman; Zaltman; Deshpande, 1992) e que ele é um componente integral de um relacionamento de longo prazo de sucesso (Dwyer; Schurr; Oh, 1987; Morgan; Hunt, 1994).

Em estudo anterior, Lokhorst *et al.* (2013) revelaram que o comprometimento pode ser eficaz na influência de curto e longo prazo de comportamentos. Entretanto, ainda que os autores tenham apontado a possível influência do comprometimento no comportamento, eles ressaltam que é de suma importância o aprofundamento de pesquisas para verificar o quanto o comprometimento pode ou não de fato influenciar em comportamentos pró-ambientais.

Davis, Green e Reed (2009) por exemplo, forneceram evidências iniciais de que o compromisso com o meio ambiente prediz os comportamentos verdes passados dos indivíduos, bem como suas futuras intenções comportamentais. Usando uma manipulação

experimental da dependência do mundo natural¹⁰, eles demonstraram que os participantes altamente dependentes são mais propensos a se voluntariar ou aprender sobre oportunidades voluntárias para uma tarefa de limpeza de um rio local.

Em estudos subsequentes, Davis, Le e Coy (2011) e Coy *et al.* (2013) mostraram que o compromisso com o meio ambiente prediz a disposição de um indivíduo de se sacrificar pelo meio ambiente. Da mesma forma, em uma amostra de turistas, constatou-se que a preocupação ambiental influencia positivamente a disposição de aceitar sacrifícios econômicos pelo meio ambiente (Hedlund, 2011).

Sobre a preocupação ambiental, Schultz *et al.* (2005) acrescentam que os consumidores que endossam produtos ou serviços verdes têm altos níveis de preocupação ambiental ou ecológica ou valores bioesférico. A orientação de valor bioesférico representa preocupação para plantas e animais e, portanto, pode ser referida como uma forma de comprometimento ambiental.

De acordo com a discussão sobre a teoria do compromisso com o meio ambiente, é justo afirmar que esses consumidores ecologicamente preocupados, sofrem influência direta do meio ambiente no momento de tomar suas decisões, ou seja, sua intenção de consumir um produto ou serviço é influenciado pelas características disponíveis do ambiente, bem como as características do produto ou serviço. Neste contexto, emerge a seguinte hipótese:

H4: a intenção comportamental de visitar um destino ecoturístico é afetada diretamente pelo comprometimento ambiental do consumidor.

3.2 Extensão da Teoria do Comportamento Planejado: a imagem do destino

Diferente do comprometimento ambiental, a imagem dos destinos está constantemente associada às decisões dos consumidores tratando-se de turismo (Gavurova *et al.*, 2023; Ghorbani *et al.*, 2023; Li *et al.*, 2023; Wang *et al.*, 2023). Desde

¹⁰ A manipulação experimental realizada pelos autores considerou o uso de diagramas de Venn ilustrando as diferentes maneiras que o indivíduo pode perceber suas relações com a natureza. Para tal, os autores usaram uma combinação de sete (7) diagramas de dois (2) círculos, sendo um círculo representando a indivíduo e o outro representando a natureza. As sobreposições possíveis partiam do pressuposto de que os indivíduos percebiam relações nulas, leves, moderadas, consideráveis e completas (Davis; Green; Reed, 2009).

que Levy (1978) afirmou em seu estudo que entre uma gama de informações, a imagem do destino é considerada a de fator decisivo para as escolhas do consumidor, diversas pesquisas avaliando seu impacto nas decisões dos consumidores (Alcázar; Piñero; Maya, 2014; Satyarini; Rahmanita; Setarnawat, 2017; Haarhoff, 2018; Kanwel *et al.*, 2019; Jebbouri *et al.*, 2022).

É válido destacar que a definição de imagem de destino proposta por Crompton (1979) foi amplamente utilizada nos primórdios da pesquisa de imagens de destino. O referido autor considerou a imagem de destino como a soma de crenças, ideias e impressões que uma pessoa tem de um destino. Mais tarde, os estudiosos perceberam gradualmente que a imagem do destino é um conceito complexo. Como a imagem do destino é um conceito altamente abstrato com características de abrangência, diversidade, relatividade e dinâmica, este conceito carece de uma definição unificada.

Echtner e Ritchie (2003) por exemplo, revisaram definições usadas por pesquisadores anteriores a eles e propuseram seis componentes da imagem de destino que podem ser categorizados em três grupos (Funcional-Psicológico, Atributos-Holísticos, Comum-Único). Esta estrutura conceitual forneceu ideias para medir as características da imagem do destino a partir de três dimensões. Na pesquisa de Gartner (1994), a imagem do destino foi composta por três componentes que incluem imagem cognitiva, imagem afetiva e imagem conativa.

O modelo proposto pelo autor engloba características essenciais do ambiente. Para ele, a imagem cognitiva refere-se à percepção e ao conhecimento que um indivíduo tem de um destino turístico, incluindo informações sobre a localização geográfica do destino, as atrações turísticas disponíveis, a qualidade dos serviços de alojamento e alimentação, entre outras coisas (Gartner, 1994). No caso do ecoturismo, a imagem cognitiva poderia também incluir conhecimento sobre a biodiversidade local, as práticas de conservação em vigor, e as oportunidades para a aprendizagem e a educação ambiental.

A imagem afetiva por sua vez, refere-se às emoções e sentimentos que um indivíduo associa a um destino turístico (Gartner, 1994). Por exemplo, um destino de ecoturismo pode evocar sentimentos de tranquilidade, admiração pela natureza, ou uma sensação de aventura. Nesse sentido, a imagem afetiva é crucial para o comportamento do turista, pois as emoções positivas podem incentivar visitas repetidas e recomendações boca a boca.

Sobre a imagem conativa, Gartner (1994) salienta que ela é análoga ao comportamento e, desse modo, diz respeito ao processo de processamento de informações

internas e externas até a decisão final. Esta estrutura de imagem de destino foi amplamente aplicada em muitos estudos subsequentes (Agapito; Do-Valle; Costa-Mendes, 2013; Pike; Ryan, 2004; Stepchenkova; Mills, 2010; Woosnam; Styliadis; Ivkov, 2020). Para a presente pesquisa, considerando que a intenção já está sendo avaliada, a imagem conativa não foi incluída.

É imperativo destacar que a interação entre elementos cognitivos e afetivos forma uma imagem abrangente de um destino. Essa é uma avaliação bidimensional que engloba tanto avaliações positivas quanto negativas. Whang, Yong e Ko (2016) descrevem a imagem geral como uma atitude formada a partir da avaliação de vários aspectos da experiência de viagem.

Berli e Martin (2004) salientam que a imagem percebida de um destino é influenciada por uma ampla gama de fatores, incluindo recursos naturais, infraestrutura e condições socioeconômicas. Em seu estudo, os autores constataram que avaliações cognitivas e afetivas tem impacto direto na imagem geral, com a imagem afetiva servindo como uma ponte entre percepções cognitivas e a imagem geral de um destino de viagem.

Por exemplo, em atividades turísticas de nicho como observação de pássaros, fatores como infraestrutura turística aprimorada e a ameaça de degradação ambiental podem afetar significativamente a imagem do destino (Kronenber, 2016). Além disso, foi constatado que a imagem cognitiva afeta as intenções comportamentais futuras dos turistas, com elementos como atrações, atmosfera e valor percebido influenciando recomendações (Akgun *et al.*, 2019). A literatura sugere que a imagem geral do destino, moldada por percepções cognitivas e afetivas, influencia comportamentos futuros.

No ecoturismo, assim como outras atividades turísticas, a avaliação da imagem do destino tem recebido cada vez mais atenção (Asnawi, 2021; Li; Liu; Soutar, 2021; Chi; Pham, 2022; Hoang *et al.*, 2023; Rahayu; Vedy; Gumanti, 2023). No entanto, essas pesquisas não consideram a imagem do destino de acordo com a definição abrangente proposta por Gartner (1994), considerando apenas a imagem geral do destino.

Chi e Pham (2022) por exemplo, investigaram como a imagem de um destino ecológico influencia a relação entre as motivações de viagem e a intenção de praticar ecoturismo. Eles descobriram que essa imagem amplifica a influência das motivações na intenção de visitar. No entanto, o estudo constatou que a imagem do destino ecológico tem um efeito moderador limitado na relação entre a motivação para socialização e a intenção de fazer ecoturismo.

Hoang *et al.* (2023) investigaram as dimensões do ecoturismo (como imagem do

destino, satisfação do turista e experiência turística) e a lealdade ao destino, com base na teoria da expectativa-confirmação. Em seus resultados os autores observaram que esses fatores têm influência significativa na lealdade ao destino e ao ecoturismo. Para eles, o resultado reforça a importância da imagem do destino na intenção dos turistas de retornarem e recomendarem os destinos ecoturísticos.

Em contraste com outros estudos, Harrill *et al.* (2023) analisaram como as percepções da imagem de um destino ecológico, abrangendo aspectos cognitivos e afetivos, podem influenciar positivamente as intenções comportamentais dos ecoturistas. Seus achados destacam que as emoções e afetos são determinantes significativos para aumentar a intenção dos ecoturistas de recomendar destinos. No entanto, constatou-se que a imagem cognitiva, que inclui atributos específicos do destino, não exerce o mesmo efeito nas intenções comportamentais.

Dentro deste contexto e considerando a importância da imagem do destino na decisão dos turistas, propõem-se as seguintes hipóteses:

H5: a intenção comportamental de visitar um destino ecoturístico é afetada diretamente pela imagem cognitiva do destino.

H6: a intenção comportamental de visitar um destino ecoturístico é afetada diretamente pela imagem afetiva do destino.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta tese consiste na proposição de um modelo que possibilite analisar os determinantes da intenção de consumo de produtos e serviços ecoturísticos, levando em consideração a Teoria do Comportamento Planejado – TCP proposta por Ajzen (1991), bem como a inclusão de novos construtos que auxiliem no processo de explicação das intenções de consumo dessa categoria de produtos/serviços.

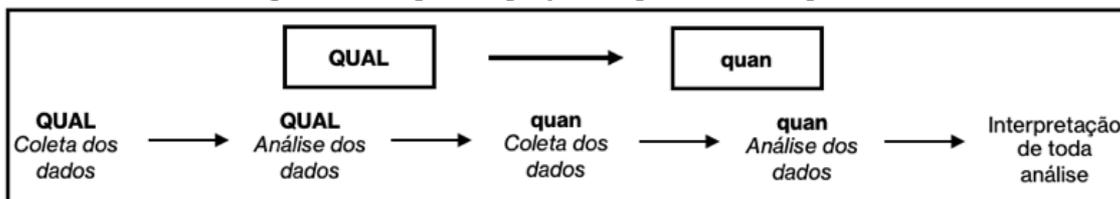
Para tanto, os procedimentos metodológicos desta pesquisa estão divididos em três etapas. A primeira refere-se ao levantamento bibliográfico que tem como objetivo aproximar o pesquisador da temática discutida, bem como auxiliar no processo de construção das hipóteses a serem testadas (Marconi; Lakatos, 2007). A segunda etapa diz respeito ao procedimento de coleta de dados primários que possibilitam testar as hipóteses apresentadas. Já a terceira e última etapa da pesquisa, diz respeito às análises que possibilitaram entender os níveis de intenção dos consumidores brasileiros em relação ao ecoturismo.

Tendo em vista o modo em que a pesquisa está organizada e considerando seu objetivo geral, trata-se de uma pesquisa de natureza mista com predominância do método quantitativo. Neste sentido, Creswell (2016) aponta que a pesquisa de métodos mistos nada mais é que uma abordagem que realiza uma combinação dos métodos qualitativos e quantitativos. Além disso, se faz necessário que ambas as abordagens sejam utilizadas de modo conjunto para que os resultados obtidos pela pesquisa sejam de maior amplitude do que se utilizada apenas uma das abordagens (Creswell; Plano-Clark, 2007).

Cabe ressaltar que a presente pesquisa é caracterizada como método misto, pois em seus procedimentos de coleta e análise, serão consideradas duas abordagens distintas para melhor compreensão sobre a temática pesquisada, sendo elas: entrevistas semiestruturadas analisadas por meio de análise de conteúdo (qualitativa) e questionário *online*¹¹ analisados por meio da modelagem de equações estruturais (quantitativa). Sendo assim, a pesquisa é caracterizada quanto aos planos de pesquisa, como um projeto exploratório sequencial QUALI-quantitativo (Figura 3), uma vez que a coleta e análise dos dados qualitativos ocorrerá em primeiro momento (Creswell, 2016).

¹¹ Tendo em vista que a aplicação dos questionários foi realizada de modo online, a amostra do estudo foi constituída por brasileiros com acesso à internet.

Figura 3: Etapas do projeto exploratório sequencial



Fonte: Creswell, (2016, p. 246).

Quanto aos seus procedimentos técnicos, a pesquisa é caracterizada como bibliográfica e de levantamento (*survey*). Bibliográfica por ser uma pesquisa que tem como principal fundamento a análise e expansão de uma teoria previamente testada, onde foi necessário embasamento teórico do autor. Além disso, a pesquisa bibliográfica foi escolhida pela necessidade de se explicar e discutir uma determinada temática, com base em publicações textuais publicadas anteriormente, a fim de conhecer e analisar os conteúdos levantados (Martins; Pinto, 2001).

Marconi e Lakatos (2007) ressalta que o aspecto bibliográfico de toda pesquisa é de grande importância para que o pesquisador possa aumentar seus conhecimentos acerca da temática estudada. Demo (2000) acrescenta ainda que a pesquisa bibliográfica se torna importante por induzir o contato pessoal do pesquisador com a literatura disponível, possibilitando melhor interpretação dos resultados.

No que tange à escolha da utilização do *survey*, se fez necessário devido as características de coleta de dados definidas para a pesquisa. De acordo com Gil (2008) este tipo de pesquisa é utilizado quando há necessidade de interrogação direta de comportamentos realizados pelas pessoas, a fim de possibilitar análises que possam contribuir para a compreensão do fenômeno pesquisado. Richardson (2017, p. 130) reforça que o *survey* tem como principal finalidade diagnosticar “realidades socioeconômicas, demográficas, culturais, mas também de percepções, atitudes, conhecimentos, opiniões e preferências de uma população”.

Neste contexto, considerando as características da pesquisa, o *survey* se torna um procedimento de pesquisa adequado, uma vez que foi necessária a coleta de dados com a amostra significativa da população brasileira para identificar quais os construtos possuem maior influência na intenção de se consumir serviços ecoturísticos.

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva. Richardson (2017) aponta que a pesquisa exploratória possibilita que haja o aprofundamento das características de um fenômeno, possibilitando melhor compreensão de suas causas e consequências. Gil (1999) acrescenta que este tipo de pesquisa tem como

principal objetivo desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias por meio da formulação de problemas ou hipóteses pesquisáveis. Além disso, a pesquisa exploratória normalmente é desenvolvida com a utilização de métodos amplos e versáteis (Mattar, 2001). Neste contexto, a pesquisa exploratória é uma abordagem que auxilia o processo de coleta e análise dos dados propostos na presente pesquisa.

No que tange às características da presente pesquisa, o tipo de pesquisa descritiva se encaixa pela necessidade de compreender as características da população brasileira no que diz respeito às suas intenções em consumir o ecoturismo. Sobre isso, Vergara (2000, p. 47) aponta que este tipo de pesquisa “expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza”. Trivinos (1987, p. 110) acrescenta ainda que este tipo de pesquisa “pretende descrever ‘com exatidão’ os fatos e fenômenos de determinada realidade” e normalmente é utilizado para compreender as características, valores e problemas relacionados à cultura de uma comunidade.

É imperativo ressaltar que para a realização da pesquisa, serão considerados como sujeitos da pesquisa, brasileiros que tenham alcançado a maioridade e que tenham acesso à internet. A decisão por investigar o público mencionado, está diretamente ligado a relação do pesquisador com a população do país, o que possibilita maior aproximação com questões culturais e linguísticas, ainda que haja uma grande variedade cultural em cada estado.

Cabe ressaltar que se optou apenas por pessoas que tenham alcançado a maioridade, pois considera-se que o turismo/ecoturismo é realizado em grande parte, por adultos. Neste sentido, ainda que crianças e adolescentes estejam presentes nos destinos turísticos e possam contribuir para o processo de decisão, estes são acompanhados dos pais ou familiares que são responsáveis pela decisão final de consumir ou não o serviço ofertado, assim como defendido por Wang *et al* (2004).

No que tange a seleção do ecoturismo como serviço considerado para análise, justifica-se a crescente busca desse tipo de serviço pela população, além de ser um importante setor para o desenvolvimento regional de alguns estados, tais como Amazonas, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará e São Paulo (Fundação de Turismo do Mato Grosso do Sul - FUNDTUR/MS, 2015; Mato Grosso, 2016; Estado de Minas, 2021; São Paulo, 2022; Amazonas, 2023; Pará, 2023).

Por se tratar de uma população infinita ou de quantitativo muito elevado, o tamanho da amostra foi calculado de duas formas, considerando cada uma das etapas de

coleta de dados. Na etapa qualitativa considerou-se o método de amostragem por saturação, enquanto na etapa quantitativa a amostra foi calculada a partir do sugerido por Hair *et al.* (2005). O referido autor aponta que o total de observações deve ser, no mínimo dez vezes, e no ideal quinze vezes maior do que a quantidade de variáveis analisadas. As características, procedimentos de coleta de dados, bem como o tamanho amostral, são apresentadas em maior profundidade na seção 5.1.

4.1 Procedimentos de Coleta de Dados

A coleta de dados se deu por meio da utilização de três técnicas, a primeira por meio de levantamento bibliográfico que subsidiaram a compreensão mais aprofundada da temática, a identificação de *gaps*, bem como a construção do roteiro de entrevista; a segunda pela realização de entrevistas semiestruturadas com uma amostra da população pesquisada e a terceira etapa em que foi realizada a aplicação de questionários *online*.

4.1.1 Etapa 1: Levantamento bibliográfico e direcionamento do pesquisador

A coleta de dados relacionados à produção bibliográfica se deu a partir de busca em bases de dados como *Science Direct*, *Scopus* e *Web of Science*, por serem as mais utilizadas na área da pesquisa, além de resultarem a maior quantidade de documentos para dar suporte para o aprofundamento na temática, sendo o acesso realizado a partir do Portal da Biblioteca da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

Como estratégia de busca pelos documentos científicos foram utilizadas as seguintes palavras-chave: *ecotourism AND consumption AND intention*, sendo considerada toda a produção científica disponível nas bases de dados nos últimos dez anos (2012 – 2021).

Além disso, foram considerados os textos seminais produzidos anteriormente ao período citado acima, como é o caso dos textos de Ajzen (1985; 1991) responsável pelo desenvolvimento e primeiras aplicações da Teoria do Comportamento Planejado. Ressalta-se que as palavras-chave foram selecionadas por serem diretamente relacionadas ao objetivo da pesquisa e pela necessidade de aplicação do modelo proposto na atividade ecoturística.

Sendo assim, para que o levantamento bibliográfico fosse realizado de modo aprofundado e a fim de identificar questões relevantes na produção científica, foi realizada uma revisão sistemática da literatura, com intuito de aproximar o pesquisador à temática pesquisada, identificar possíveis *gaps* da pesquisa relacionada a intenção de consumo no ecoturismo, bem como auxiliar na construção do roteiro de entrevista e demais instrumentos empíricos. Os resultados da revisão sistemática podem ser visualizados no **Apêndice A (página 133)** e suas etapas de análise e ferramentas de suporte para sua realização, não são apresentadas na seção “4.2 Procedimentos de Análise e Interpretação dos Dados”.

Sendo assim, considerando a natureza mista da presente pesquisa, as próximas duas seções apresentarão os procedimentos de coleta de dados para as etapas qualitativa e quantitativa. Nesse sentido, a seção 4.1.2 apresentará o passo a passo da coleta dos dados qualitativos e a seção 4.1.3 apresentará os procedimentos de coleta dos dados quantitativos.

4.1.2 Etapa 2: Coleta dos dados qualitativos: compreendendo as crenças da amostra

A segunda etapa da coleta de dados se deu por meio de entrevistas com uma parcela da população dos brasileiros. Seguindo o apresentado por Creswell (2016), a amostra deve ser constituída por pessoas selecionadas intencionalmente com objetivo de melhor entender o problema e a questão de pesquisa. Contudo, nesta etapa da presente pesquisa, foi considerada a amostragem não probabilística por conveniência. A seleção deste tipo de amostragem se deu por ser um tipo de amostragem comum para pesquisas das ciências sociais (Leiner, 2016). Saumure e Given (2008) definem este tipo de amostragem como aquele que se aproveita da fácil disponibilidade de indivíduos da população pesquisada.

Ainda que o tipo de amostragem seja o de conveniência, o tamanho da amostra não foi definido de modo prévio, uma vez que foi considerada a saturação das respostas obtidas, para assim finalizar o procedimento de coleta. Sobre isso, Sampieri *et al* (2013) reforçam que a amostra qualitativa não deve ser fixada à priori, uma vez que ela evolui conforme a pesquisa é realizada, por meio dos diferentes acontecimentos que podem ocorrer. Os referidos autores salientam que o tamanho final da amostra em pesquisas qualitativas não é determinado por distribuições probabilísticas, mas sim pela natureza

dos fenômenos, pelo objetivo da pesquisa, pelo ponto de saturação, ou seja, quando novos casos não fornecem mais dados ou informações novas.

Neste contexto, o procedimento de coleta foi selecionado por ser o mais adequado para a presente pesquisa, uma vez que foi investigado todo o território brasileiro. Para a realização das entrevistas, se fez uso da ferramenta do *Google Meet* por possibilitar a contribuição de respondentes localizados em diferentes áreas geográficas, uma vez que a pesquisa visa identificar os níveis de intenção de se consumir serviços ecoturísticos no país como o todo.

Para que o indivíduo pudesse participar das entrevistas foi obrigatório que ele se encaixasse no perfil apresentado (Quadro 2) e respondesse um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (**Apêndice B página 152**) que foi previamente cadastrado (CAAE¹²: 57835822.2.0000.0021) e aprovado (número do parecer: 5.448.714) pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da instituição que o pesquisador está vinculado (UFMS). Tendo o entrevistado assinado o TCLE, pode-se então dar início a entrevista que foi gravada¹³ e posteriormente transcrita para a realização das análises necessárias. No que tange ao roteiro de entrevista, é possível visualizá-lo no **Apêndice C, localizado na página 154.**

Quadro 2: Público-alvo de amostragem para a etapa qualitativa

Filtro	Característica
Acesso à Internet ¹⁴	Pessoas que tenham acesso à internet
Faixa Etária	Pessoas que tenham alcançado a maioridade
Local de Residência	Pessoas residentes em qualquer município brasileiro
Especialistas ¹⁵	Profissionais que atuem em atividades ecoturísticas do centro-oeste (secretários de turismo, professores, empresários do ramo, guias, consultores e ecoturistas)

Fonte: Elaborado pelo autor.

A Figura 4 apresenta o processo inicial para a realização das entrevistas. É imperativo ressaltar que as etapas coloridas do fluxograma (tom azul), somente

¹² Certificado de Apresentação de Apreciação Ética.

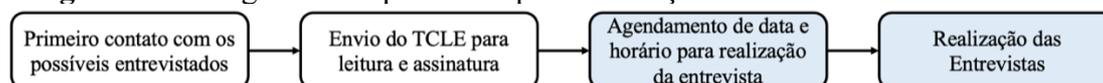
¹³ A gravação foi realizada com a autorização do participante. No momento da assinatura do TCLE, este foi orientado que toda a entrevista seria gravada e que todas as informações discutidas seriam utilizadas apenas para fins acadêmicos. Além disso, após a gravação foi realizada a conversão do formato de vídeo e áudio (MP4), para áudio apenas (MP3).

¹⁴ Devido a pandemia da COVID-19, bem como a ausência de recursos, não foi possível a realização das entrevistas presencialmente. Desse modo, visando tornar o método de coleta de dados qualitativos padronizado, todas as entrevistas foram realizadas por meio da ferramenta do *Google Meet* por possibilitar a realização do encontro, bem como gravação dos mesmos.

¹⁵ Foi considerada a inclusão de especialistas nesta etapa por serem de suma importância para compreender atributos essenciais do consumidor do serviço ecoturístico.

aconteceram após o aceite de participação do indivíduo por meio da assinatura do TCLE, ou seja, os indivíduos que não aceitaram participar da pesquisa foram descartados e a entrevista não aconteceu.

Figura 4: Fluxograma dos processos para realização da entrevista semiestruturada



Fonte: Elaborado pelo autor.

É imperativo ressaltar que esta etapa da pesquisa foi realizada pela necessidade de se identificar as crenças comportamentais, normativas, de controle e ambientais que influenciam as atitudes, normas subjetivas, o CCP (Ajzen, 2019) e o comprometimento ambiental, possibilitando o desenvolvimento de um questionário que objetivou compreender na essência o que a amostra acredita sobre questões relacionadas ao ecoturismo. O Quadro 3 apresenta a codificação dos participantes desta etapa da pesquisa, bem como suas respectivas profissões.

Quadro 3: Participantes da etapa qualitativa e codificação para análise de dados

ÁREA DE ATUAÇÃO	GÊNERO	DURAÇÃO	CÓDIGO
Ecoturista	Masculino	32min27s	E1
Docência	Masculino	30min52s	E2
Docência	Feminino	46min39s	E3
Docência	Masculino	1h48min03s	E4
Docência	Masculino	1h13min30s	E5
Secretaria de Turismo Estadual	Masculino	1h26min51s	E6
Turismólogo	Masculino	31min53s	E7
Docência	Masculino	57min21s	E8
Docência	Masculino	54min36s	E9
Empreendedorismo	Masculino	26min01s	E10
Consultoria	Feminino	24min12s	E11
Docência	Feminino	30min31s	E12
Consultoria	Feminino	25min31s	E13
Ecoturista	Feminino	39min30s	E14
Ecoturista	Feminino	20min51s	E15
Trade de Turismo	Feminino	22min22s	E16
Ecoturista	Feminino	28min59s	E17
Ecoturista	Feminino	24min08s	E18
Docência	Masculino	18min23s	E19
Docência	Masculino	31min26s	E20
Trade de Turismo	Feminino	17min13s	E21

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ao todo foram realizadas 21 entrevistas entre 31 de março e 12 maio de 2021. No que tange à duração das entrevistas a média foi de 39 minutos e 34 segundos

(39min34s), sendo a com menor tempo de duração tendo 17 minutos e 13 segundos (17min13s) e a com maior tempo de duração com 1 hora, 48 minutos e 3 segundos (1h48min03s).

É importante destacar que a amostra iniciou o processo de saturação a partir da décima sexta entrevista (E16), não agregando nenhuma informação nova ao conjunto de dados já coletados. Contudo, ainda que a saturação já tivesse ocorrido, optou-se por realizar pelo menos mais cinco entrevistas para que se pudesse confirmar a saturação. Nesse sentido, ao obter a confirmação de que não havia a obtenção de nenhuma nova informação, tomou-se a decisão de encerrar a etapa de coleta de dados.

4.1.3 Etapa 3: Coleta dos dados quantitativos: identificando as relações e destaques dos construtos

A última etapa da coleta de dados, diz respeito aos dados para as análises quantitativas. Desse modo, foi feita a aplicação de **questionários online** que foram elaborados a partir dos resultados obtidos pela análise da etapa anterior. Daikeler, Bosnjak e Lozar (2020) apontam que a utilização deste tipo de questionário tem sido cada vez comum e seu sucesso se dá por diversos fatores, tais como: diminuição das limitações técnicas, melhor nível de cobertura no acesso à internet, diminuição dos custos, dentre outros.

Nevez, Augusto e Terra (2020) ao realizar uma análise comparativa dos métodos de coleta de dados quantitativos, sintetizaram as principais vantagens e desvantagens da utilização dos diferentes métodos de coleta de dados para a pesquisa quantitativa (Quadro 4).

Como se observa, todos os métodos de coleta de dados quantitativos possuem vantagens e desvantagens em sua utilização. No que tange aos questionários online, Guin *et al.* (2012) apontam que para que sua utilização seja realizada com sucesso, se faz necessário que se siga algumas recomendações, principalmente em relação ao *design* do questionário. Nas palavras de Nevez, Augusto e Terra (2020, p. 72) é importante “limitar a extensão do questionário ao mínimo necessário de perguntas, equilibrar o esforço cognitivo exigido ao respondente, evitar provocar ansiedade emocional ao respondente e não o sobrecarregar com solicitações excessivas para participar em questionários”.

Tendo em vista as considerações apontadas acima, se fez uso da ferramenta *Google Forms*, uma vez que esta possibilita o levantamento das informações de modo ágil e preciso. Além disso, tendo em vista os objetivos da pesquisa, “propor um modelo para analisar os níveis de intenção do turista brasileiro em consumir o ecoturismo a partir da TCP”, o método de coleta de dados quantitativos, auxilia no maior alcance de participantes, aumentando assim a confiabilidade dos resultados gerados. Sobre isso, Parizot (2015) afirma que a utilização de questionários possibilita a padronização na aplicação e comparabilidade das respostas.

Quadro 4: Vantagens e desvantagens dos métodos de coleta de dados quantitativos

MÉTODO DE COLETA	VANTAGENS	DESVANTAGENS
Correio Postal	<ul style="list-style-type: none"> - Baixo custo - Abrangência geográfica alargada - Sem viés do entrevistador - Anonimato permite perguntas sensíveis 	<ul style="list-style-type: none"> - Baixa taxa de resposta - Período de resposta longo - Dificuldade em implementar questões de contingência - Não saber quem respondeu à pesquisa
Telefone	<ul style="list-style-type: none"> - Viés de cobertura limitado - Rapidez das respostas - Permite perguntas complexas - Amplo alcance geográfico 	<ul style="list-style-type: none"> - Pode ser confundido com chamadas de vendas - Intrusivo - Necessidade de monitorização das chamadas
Pessoalmente (entrevista face a face)	<ul style="list-style-type: none"> - Boas taxas de respostas - Permite perguntas complexas - Tolerância a entrevistas complexas 	<ul style="list-style-type: none"> - Alcance geográfico limitado - Demorado - Custoso - Viés do entrevistador - Dificuldade em abordar perguntas sensíveis
Online	<ul style="list-style-type: none"> - Baixo custo - Rápido eficiente - Facilidade de implementação de questões de contingência - Registro direto dos dados - Ampla cobertura geográfica 	<ul style="list-style-type: none"> - Viés da cobertura - Dependência de software - Desconhecimento de quem responde ao questionário

Fonte: Nevez, Augusto e Terra (2020).

O referido autor acrescenta que os questionários podem ser constituídos de duas formas diferentes, sendo elas: questões fechadas (o respondente deverá selecionar uma resposta que estará disponível em um conjunto de possibilidades) e questões abertas (o respondente pode elaborar sua própria resposta para o questionamento realizado). Aproximando para a realidade da presente pesquisa, Moreira (2004) acrescenta que as perguntas de um questionário podem ser baseadas em fatos, crenças, atitudes, opiniões, comportamentos, ou sobre a motivação para determinados comportamentos.

Ressalta-se que não houve contato direto entre pesquisador e indivíduo, gerando maior segurança para ambas as partes, bem como evitando a possível propagação do vírus

da COVID-19. Destaca-se que ainda que o questionário seja aplicado de modo online, os respondentes precisavam concordar em participar ou não do estudo, deixando claro a ausência de penalidades para os que optarem por não participar, além de garantir toda segurança em relação a sua identidade e informações prestadas, por meio da assinatura do TCLE.

4.2 Procedimentos de Análise e Interpretação dos Dados

4.2.1 Análise de Conteúdo: como surgiu e estudos recentes

Para a primeira etapa de análise de dados da presente pesquisa foi utilizada a técnica da análise de conteúdo. Tal decisão deu-se pela importância de se compreender quais as crenças ambientais, comportamentais, normativas e de controle da população investigada no que tange ao ecoturismo. Nesta seção são apresentadas as justificativas da escolha da técnica e os procedimentos adotados para analisar os dados coletados.

Berelson (1984), um dos primeiros a sintetizar a análise de conteúdo como técnica de estudo, diz que análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa que objetiva descrever o conteúdo da comunicação de maneira objetiva, sistemática e quantitativa. Já para Bardin (2015), a análise de conteúdo é considerada como um conjunto de técnicas utilizadas para analisar diversos meios de comunicação, com objetivo de conseguir indicadores, sejam quantitativos ou qualitativos, que possibilitem inferir sobre às condições em que as mensagens foram passadas.

A sistematização da técnica como método, deu-se ainda na década de 20 através de estudos de Leavell que investigava a propaganda empregada durante a primeira guerra mundial (Trivinos, 1987). Mesmo com diversos estudos que discutiam a análise de conteúdo no início do século XX, (Trivinos, 1987; Godoy, 1995; Freitas, Cunha Jr., Moscarola, 1996; Laville, Dionne, 1999) a ampla utilização da técnica deu-se nos Estados Unidos pela Escola de Jornalismo da Universidade de Columbia, devido a crescente necessidade de mensurar o rigor dos artigos, levando em consideração sempre o tamanho dos títulos, artigos e o número de páginas (Bardin, 2015).

É necessário salientar que a análise de conteúdo é uma técnica utilizada por diversas áreas do conhecimento. Estudos como o de Manganello e Blake (2010) utilizaram a análise de conteúdo para examinar mensagens relacionadas à saúde na mídia.

Através do uso da técnica, os autores identificaram o aumento de estudos com foco em mensagens relacionadas à saúde nos anos de 1985-2005, além das temáticas mais abordadas nessas mensagens. Garvis *et al.* (2013) por sua vez, exploraram 55 programas de graduação em educação de professores da primeira infância na Austrália para obter dados sobre o que os professores em formação aprendem sobre crianças desde o nascimento até os três anos de idade. Como resultado da pesquisa, pode-se observar que apenas 18 programas forneceram experiência prática com bebês e crianças pequenas.

Destaca-se que esta técnica possui grande importância para os estudos nas Ciências Sociais Aplicadas, como é o caso da Administração. Silva e Vergara (2002) por exemplo, utilizaram-se da análise de conteúdo para compreender a percepção dos indivíduos em relação as mudanças organizacionais e como essa percepção pode impactar no processo de reconstrução de identidades a capacidade de ação. Com base nos resultados obtidos, os autores identificaram conjuntos de relações percebidas pelos indivíduos que contribuem para a reconstrução de suas identidades pessoais, coletivas e institucionais.

Já Silva e Oliveira (2003), buscaram identificar os aspectos que influenciam a construção de uma comunicação baseada no sentido de participação. Como resultado da pesquisa, os autores apontam que a gestão da comunicação organizacional deve ser estruturada levando em consideração aspectos de natureza referencial, estrutural, instrumental e relacional. Além disso, os autores desenvolveram um quadro analítico para auxiliar os gestores responsáveis pela comunicação empresarial.

Em estudo mais recente, Faustino-Dias, Spanhol-Finocchio e Mariani (2022) utilizaram a análise de conteúdo para categorizar as políticas públicas de alimentação do Brasil de acordo com um quadro de classificação de políticas desenvolvidos pela *World Cancer Research Fund International* (WCRF). Em seus resultados, os autores identificaram a grande preocupação do governo brasileiro no desenvolvimento de políticas de alimentação voltadas ao ambiente de alimentos e na comunicação para mudança de comportamento.

Tratando-se do ecoturismo em especial, Samal e Dash (2023) realizaram uma revisão integrativa da literatura sobre ecoturismo identificar a variedade de visões existentes, por meio da utilização da técnica da análise de conteúdo. Em seus resultados, os autores observaram que não existe evidência suficiente para compreender o real funcionamento do ecoturismo. Além disso, os autores identificaram temas emergentes de

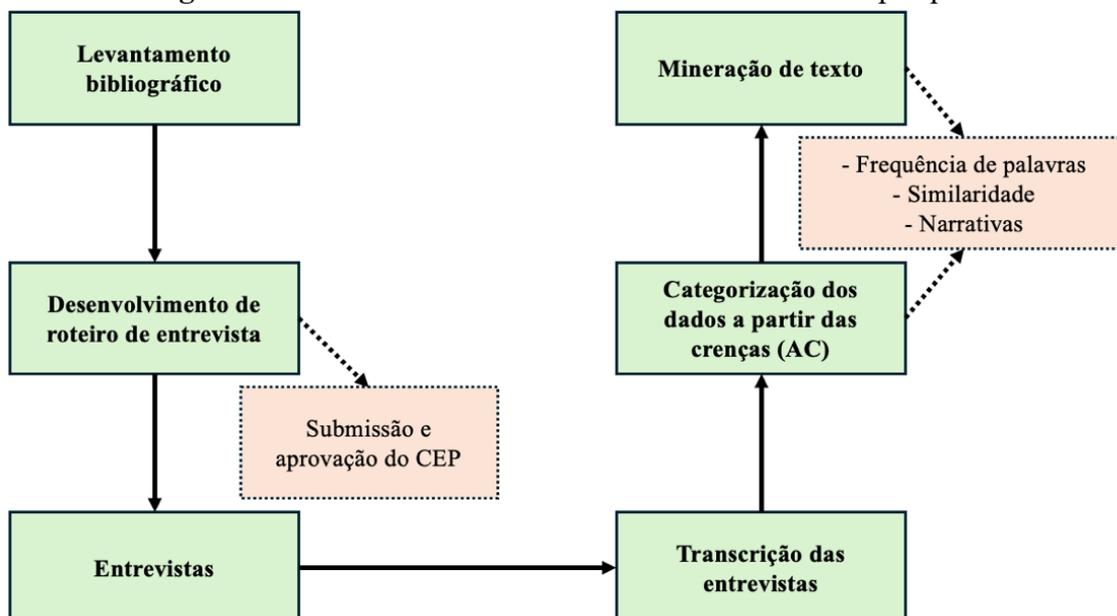
pesquisa: boa governança, papel dos guias turísticos, impacto de fatores psicológicos, técnicos e políticos, bem como mudanças climáticas e pegadas de carbono.

Nesse sentido, a análise de conteúdo se mostra importante para a presente pesquisa, por possibilitar a identificação de padrões nos textos, por meio da categorização, conforme será apresentado na seção seguinte.

4.2.1.1 Organização da análise e definição de categorias na presente pesquisa

A presente pesquisa foi realizada seguindo as diferentes fases da análise citadas por Bardin (2015). Para a autora a organização da análise deve seguir três fases específicas, sendo: I) a pré-análise que se refere a escolha dos documentos à serem analisados, a formulação de hipóteses e objetivos, e a elaboração de indicadores que fundamentaram a interpretação ao final da análise; II) a exploração do material, onde será realizada a análise propriamente dita; e III) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. É nesse momento em que os resultados serão tratados buscando reconhecer se eles são significativos e válidos. A Figura 5 mostra as etapas do processo de análise realizados nesta etapa da pesquisa.

Figura 5: Processos da análise de conteúdo utilizada na pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor.

Nesse sentido, em primeiro momento foi realizado um levantamento bibliográfico para aproximação ao tema da pesquisa com objetivo de melhor desenvolver o roteiro de entrevista para a coleta de dados relacionados. Após a realização do levantamento bibliográfico, foi possível desenvolver o roteiro de entrevista a ser utilizado na presente pesquisa. A partir do roteiro foram realizadas as entrevistas com a amostra, para então serem transcritas e categorizadas de acordo com as categorias pré-definidas. Vale lembrar que entre o processo de desenvolvimento e realização das entrevistas, foi realizada a submissão do projeto de pesquisa para o CEP.

Como sugerido por Bardin (2015), após a realização das entrevistas é necessário que o pesquisador realize a leitura dos documentos com o objetivo de estabelecer contato com os dados à serem analisados, a fim de propiciar maiores projeções de teorias relacionadas com o material levantado.

Para a realização da análise dos dados foram utilizadas as categorias pré definidas e que antecedem os construtos da TCP, como se pode observar na **Figura 2 (localizado na página 37)**. Tais categorias têm como finalidade fornecer uma representação simplificada dos dados. Bardin (2015) aponta que a categorização não inclui desvios no conjunto de dados, mas possibilita a identificação de índices invisíveis em relação aos dados brutos. Com as categorias estabelecidas, foi feito o escaneamento¹⁶ das entrevistas transcritas com objetivo de identificar as crenças ambientais, comportamentais, normativas e de controle.

É imperativo lembrar que para a operacionalização dos dados se fez uso do *Software QDA Miner* na versão 5.0.19 e recursos do módulo *WordStat* na versão 7.1.21. Este último, aplicado na análise estatística dos textos, oferecendo dados como frequência, porcentagem de frequência em relação ao total de palavras exibidas e analisadas, além do cálculo do índice TF*IDF¹⁷, que avalia a relevância dos termos nos documentos (Marhov; Larose, 2007). Markov e Larose (2007) e Faustino-Dias, Spanhol-Finocchio e Mariani (2022) salientam que o índice TF*IDF, apesar de não apresentar constância no conjunto de documentos, serve para determinar a importância de um termo no conjunto de dados.

Adicionalmente, foi utilizado o dicionário de exclusão do *software*, que contém as chamadas “*stop words*” (pronomes, artigos, preposições etc.), além de palavras fora do

¹⁶ Leitura das entrevistas transcritas utilizando as categorias que antecedem os construtos da TCP como referência para identificar as crenças comportamentais, normativas e de controle desta população.

¹⁷ O índice TF*IDF é a sigla utilizada para o seguinte cálculo estatístico: frequência do termo, multiplicado pela frequência inversa do documento.

escopo da pesquisa, siglas, nomes de países também foram excluídos. Além disso, a lematização foi empregada. Conforme explicado por Nascimento e Menandro (2006), esse processo substitui palavras por sua forma reduzida, considerando o radical comum de palavras semanticamente próximas, mas que diferem em gênero, número ou classe gramatical. Foi realizada ainda, a análise de similaridade dos termos usando o coeficiente de Jaccard, O coeficiente de Jaccard, que varia de 0 a 1, é calculado pela fórmula

$$JC = \frac{a}{(a + b + c)}$$

onde: “a” representa a ocorrência conjunta de dois termos e “b” e “c” a ocorrência individual de cada um (Faustino-Dias; Spanhol-Finocchio; Mariani, 2022).

Por fim, mas não menos importante, a partir da análise de conteúdo foi feita a análise das narrativas dos participantes da pesquisa. Para tal, foram adicionadas as categorias pré-estabelecidas no próprio *software*, para posteriormente realizar a apresentação dos resultados considerando as categorias de forma individualizada.

4.2.2 Modelagem de Equações Estruturais: surgimento e estudos recentes

Para a análise dos dados desta etapa da presente pesquisa foi utilizada a técnica de modelagem de equações estruturais com os mínimos quadrados parciais (PLS-SEM). Tal decisão deu-se pela importância de se analisar os padrões de consumo observados para a atividade ecoturística. Além disso, a decisão pela técnica de análise mencionada se dá por permitir que se responda uma série de perguntas interrelacionadas de forma simples, sistemática e abrangente, devido ao poder de modelagem simultâneo das relações dos múltiplos construtos dependentes e independentes (Gefen; Satrub; Boudreau, 2000).

A disseminação e desenvolvimento da SEM foi consequência das crescentes necessidades de pesquisadores e profissionais de ciências sociais que buscavam métodos eficazes para entender a estrutura e as interações dos fenômenos latentes. Tarka (2018) salienta que durante anos, as motivações humanas têm sido a fonte de desenvolvimento de muitos procedimentos analíticos, portanto, os primórdios do desenvolvimento do SEM

devem ser reconstruídos indiretamente com base nos trabalhos de Spearman (1904, 1927).

Spearman (1904) é frequentemente citado na literatura como o pai fundador da análise fatorial. Em seu trabalho, ele afirmou que relações estatísticas observáveis entre pontuações de testes cognitivos díspares podem refletir níveis latentes de inteligência humana que são comuns a todos os testes e fatores de inteligência específicos relacionados a cada pontuação de teste. A partir de sua pesquisa, ele especificou uma teoria de inteligência de dois fatores em que todos os processos mentais envolviam um fator geral e um fator específico. Portanto, o trabalho de Spearman (1904) marcou o início do desenvolvimento de modelos fatoriais que mais tarde se tornaram a chave para a construção de modelos de medição usados em SEM.

Thurstone (1935) criticou o trabalho de Spearman porque estava focado principalmente na teoria dos dois fatores. Nesse sentido, Thurstone decidiu estender para o desaparecimento de determinantes de ordem superior como condição para mais de um fator. Mais tarde, ele generalizou o resultado como o número de fatores comuns que foi determinado pela matriz (Harman, 1960).

Em seguida, Thurstone (1935) desenvolveu o método centroide de fatoração de uma matriz de correlação. Além disso, ele desenvolveu uma definição de uma estrutura simples para análise fatorial baseada em cinco princípios para facilitar a interpretação e garantir que as cargas fossem invariantes à inclusão de outros itens. A partir desse momento, o principal interesse de todos os estudiosos no domínio da análise fatorial foi direcionado para vários métodos de rotação, como a rotação ortogonal Varimax de Kaiser (1958).

Thurstone também contribuiu para a ideia de rotação, que se baseava na solução oblíqua, permitindo que os fatores fossem correlacionados, mas na realidade foi creditada a Jennrich e Sampson (1966), que desenvolveram um método computacional para obter uma rotação oblíqua. Jennrich e Clarkson (1980), também diagnosticou erros padrão das cargas rotacionadas. No final, o problema com a rotação de fatores foi resolvido quando a análise fatorial confirmatória foi inventada, na qual o número de fatores comuns (variáveis latentes) e o padrão de carregamentos (incluindo restrições definidas nos carregamentos) podiam ser especificados antecipadamente.

Em suma, os trabalhos de Spearman não se referiam aos pressupostos estatísticos do teste de hipóteses em termos de determinação da estrutura de um modelo fatorial, mas aos pressupostos teóricos intuitivos do fenômeno investigado. Outros trabalhos, que em

anos posteriores contribuíram para o desenvolvimento da análise fatorial, geralmente diziam respeito a questões como o modelo multifatorial (Thurstone, 1935; 1938; 1947), o escopo de conhecimento usado pelo pesquisador antes da rotação de fatores (Mosier, 1939) e restrições impostas aos modelos fatoriais, definindo as cargas fatoriais para zero (Anderson; Rubin, 1956; Lawley, 1958). Finalmente, graças ao trabalho de Tucker (1966), a diferenciação entre análise fatorial exploratória e confirmatória apareceu pela primeira vez na literatura. Além disso, nessa época foram realizados os primeiros estudos sobre a estrutura de covariância (Wilks, 1946; Votaw, 1948).

É imperativo ressaltar que a SEM como estratégia analítica na psicologia, foi introduzida sucessivamente, principalmente graças aos trabalhos de Issac (1970) e Werts e Linn (1970). No entanto, seus trabalhos não causaram nenhum interesse inovador dos psicólogos da época em torno da estratégia SEM, uma vez que os pressupostos dos modelos SEM eram tecnicamente complexos e poucos pesquisadores eram capazes de entendê-los.

No que tange à sua utilização em estudos recentes, a SEM tem sido utilizada para analisar diversos objetos de pesquisa, inclusive os comportamentos e intenções, como é o caso da TCP (Topa; Moirano, 2010; Al-Dossary, 2017; Astrom; Lie; Gulcan, 2018; Abbasi *et al.*, 2021; Pahrudin; Chen; Liu, 2021; Pan *et al.*, 2022). Abbasi *et al.* (2021) por exemplo, ao avaliarem os fatores que influenciavam a intenção de visitar um destino, utilizaram a SEM para avaliar as relações e efeitos dos fatores na intenção de visitar o destino, concluindo que o controle comportamental percebido, o valor percebido, a imagem do destino e a satisfação afetam significativamente a intenção de visita dos visitantes.

A modelagem SEM é uma técnica estatística avançada que avalia as relações entre variáveis independentes e dependentes, considerando também as influências externas nessas variáveis. Contudo, existem situações em que os dados não se adequam à normalidade multivariada ou envolvem modelos com muitos construtos e variáveis observadas (Mackenzie; Podsakoff; Podsakoff, 2011). Da mesma forma, desafios surgem com conjuntos de dados limitados ou em modelos teoricamente menos desenvolvidos ou inexplorados (Ringle; da-Silva; Bido, 2014). Para esses casos, recomenda-se o uso de modelos de estimação por mínimos quadrados parciais (PLS-SEM) como abordagem mais adequada (Pereira; Bigóis; Oliveira, 2019).

Pahrudin, Chen e Liu (2021) por sua vez, buscaram investigar as intenções dos turistas em visitar um destino na Indonésia, considerando o cenário pós pandemia da

COVID-19. Utilizando a Modelagem de Equações Estruturais com Mínimos Quadrados Parciais (PLS-SEM) como método de análise, os autores concluíram que os construtos da TCP são significativamente impactos pela variável “consciência de saúde”, adicionada por eles. Ainda mais recente, Pan *et al.*, (2022) utilizaram a PLS-SEM para investigar os fatores que afetam a intenção de turistas da geração Z em relação a visita de um hotel verde. A partir dos resultados, os autores concluíram que a atitude dos turistas da geração Z, as normas subjetivas e o controle comportamental percebido influenciam positiva e significativamente a intenção de visitar um hotel verde, sendo a atitude o fator mais significativo.

Portanto, neste estudo foi utilizado a PLS-SEM. No PLS-SEM as variáveis latentes são mensuradas a partir de outras variáveis compostas, no caso dessa pesquisa a intenção do turista brasileiro em consumir o ecoturismo é a variável latente, que pode ser mensurada a partir das relações com as variáveis: atitude, controle comportamental percebido, comprometimento ambiental, imagem do destino e normas subjetivas.

4.2.2.1 Organização da análise e etapas

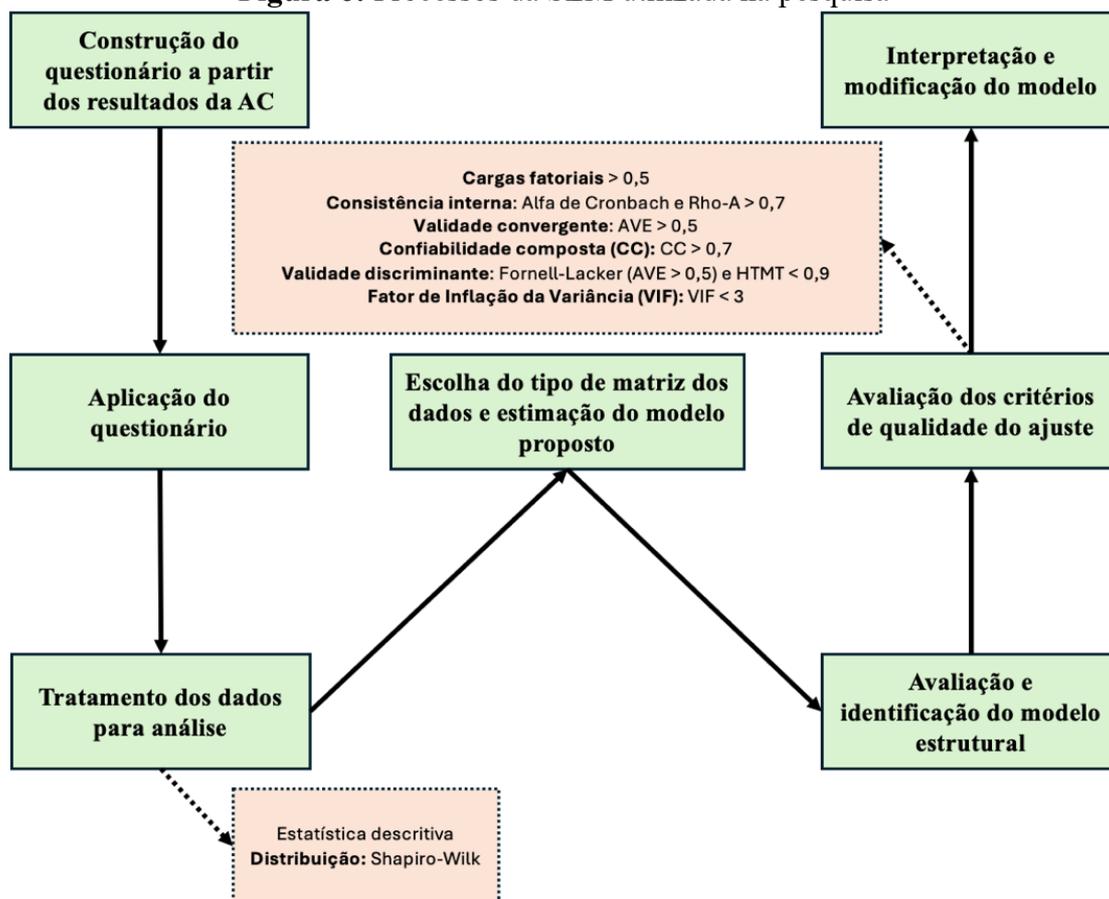
A presente pesquisa foi realizada seguindo as diferentes fases da análise citadas por Hair *et al* (2005), sendo elas: I) desenvolvimento de um modelo teórico; II) construção de um diagrama de caminhos e relações causais; III) conversão do diagrama de caminhos construído em um conjunto de modelos estrutural e de mensuração; IV) escolha do tipo de matriz dos dados e estimação do modelo proposto; V) avaliação e identificação do modelo estrutural; VI) avaliação dos critérios de qualidade do ajuste; VII) interpretação e modificação do modelo. A Figura 6 mostra as etapas do processo de análise realizados nesta etapa da pesquisa.

Nesse sentido, em primeiro momento foram considerados os resultados obtidos na análise de conteúdo para a construção do questionário quantitativo que investigou os níveis de intenção do turista brasileiro em consumir o ecoturismo. Após a construção do questionário, este foi então inserido na plataforma online de coleta de dados (*Google Forms*), para posteriormente divulgação. No total, para este estudo foi utilizada uma amostra de 779 respondentes.

Após a construção e aplicação dos questionários, foi realizado o tratamento dos dados. Tal etapa foi realizada para verificar se havia duplicidade de respostas, bem como

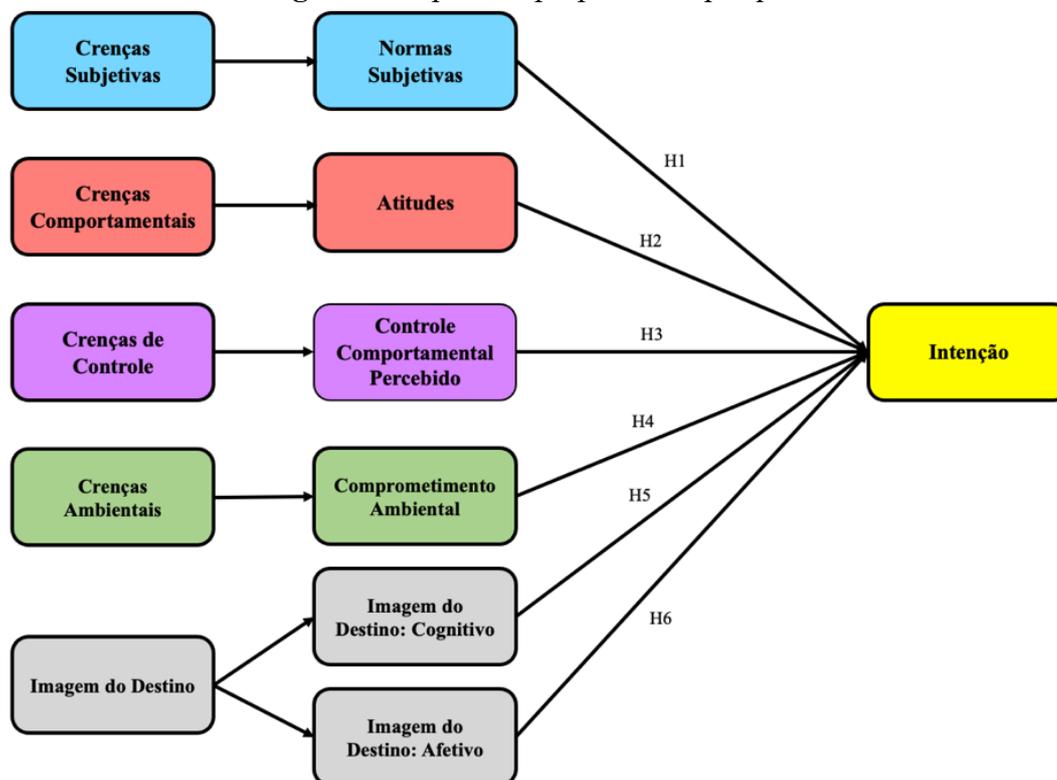
verificar se os filtros que determinam o perfil do respondente foram respeitados. Considerando as diversas etapas e regras necessárias da PLS-SEM para que seus dados sejam relevantes, foi realizada a avaliação dos critérios de qualidade sugeridos por Hair *et al.* (2005). Após todas as etapas mencionadas anteriormente, se deu sequência para análise e interpretação dos dados obtidos.

Figura 6: Processos da SEM utilizada na pesquisa



É imperativo ressaltar que para a execução das análises, foi utilizado como ferramenta de auxílio, o *Software Smart-PLS*, isto porque o *software* em questão possui uma ampla gama de procedimentos univariados e multivariados. Além disso, outros estudos que visaram compreender os fatores determinantes na intenção de se consumir determinado produto/serviço também fizeram uso do mesmo *software* (Ting; Run; Thurasamy, 2015; Ismail; Mokhtar, 2016; Aure, *et al.*, 2020; Joo; Seok; Nam, 2020). Dito isso, a utilização da PLS-SEM se deu pela necessidade de se testar os dados levantados por meio da aplicação de questionários e testar as hipóteses levantadas no capítulo 3 (Figura 7).

Figura 7: Hipóteses propostas na pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor.

4.2.2.2 Análise estatística

As análises estatísticas foram realizadas em três etapas. Na primeira etapa, utilizamos a estatística descritiva para caracterizar a amostra de acordo com as variáveis demográficas coletadas (gênero, idade, nível de escolaridade, estado federativo de residência, cor ou raça, e renda média) e para identificar as médias e medianas dos indicadores utilizados para mensurar os construtos.

Na segunda etapa, realizou-se uma Modelagem de Equações Estruturais com Mínimos Quadrados Parciais (PLS-SEM), seguindo as etapas mencionadas por Hair *et al.* (2005), para analisar os níveis de intenção do turista brasileiro em consumir ecoturismo. Antes de executar a modelagem, a normalidade da distribuição dos dados foi verificada usando o teste Shapiro-Wilk. Em geral, constatou-se que os dados eram normalmente distribuídos. O PLS-SEM é mais adequado para dados normais (Hair *et al.*, 2014); portanto, este método foi preferido para a análise de dados desta pesquisa (Reinartz; Haenlein; Henseler, 2009).

Para a análise PLS-SEM, utilizou-se o *software Smart-PLS*, versão 3. Primeiramente, elaborou-se o modelo de medição, que consiste na formalização do modelo teórico por meio do conjunto de equações propostas, definindo os relacionamentos entre os construtos que compõem o modelo e confirmando um modelo de medição satisfatório. Em seguida, realizou-se a construção do modelo estrutural, que representa as relações entre indicadores e construtos, bem como os caminhos entre os construtos, definidos a partir do modelo de medição, indicando assim a modelagem estrutural a ser testada.

Inicialmente, a avaliação do modelo concentrou-se no modelo de medição reflexivo. Assim, na primeira etapa da análise, avaliou-se a confiabilidade dos indicadores verificando as cargas fatoriais; indicadores com carga fatorial maior que 0,50 foram considerados satisfatórios, conforme as recomendações de Hair *et al.* (2014). Em seguida, a consistência interna dos construtos foi avaliada utilizando o alfa de Cronbach (AC) e o Rho-A. Conforme Ringle, da Silva e Bido (2014), para considerar os modelos satisfatórios, o AC e o Rho-A devem ser maiores que 0,7. Os autores afirmam que esses dois métodos são empregados para verificar se a amostra está livre de vieses e se as respostas, em seu conjunto, são confiáveis.

Posteriormente, avaliou-se a validade convergente, verificando a variância média extraída (AVE); o modelo é considerado satisfatório se o AVE for maior que 0,50. Em seguida, a consistência interna foi avaliada pela confiabilidade composta (CC), que deve ser superior a 0,7. Por fim, a validade discriminante — um indicador de que os construtos ou variáveis latentes são independentes entre si — foi avaliada. Para isso, verifica-se o carregamento cruzado segundo o critério de Fornell-Larcker ($AVE > 0,50$) e o Heterotrait-Monotrait (HTMT) ratio, que deve ser inferior a 0,90 (Hair *et al.*, 2014).

Para a análise do modelo de mensuração, utilizaram-se os limiares baseados em Chin (2010) e Hair *et al.* (2014). Inicialmente, a avaliação do modelo estrutural baseou-se no coeficiente de determinação (R^2), que avalia o quanto da variância das variáveis endógenas pode ser explicada pelo modelo. Em seguida, analisaram-se os valores do Fator de Inflação da Variância (VIF), que avalia a existência de multicolinearidade entre os construtos e deve ser menor que 3 ($<3,00$). Analisou-se também o F^2 , que identifica o grau de contribuição de cada construto para o ajuste do modelo. Para avaliar a significância de cada coeficiente de caminho e testar as hipóteses do modelo, utilizou-se o procedimento de *bootstrapping* com 5.000 subamostras (Hair *et al.*, 2014).

Na terceira etapa, realizou-se a análise das crenças usando um modelo formativo. Para verificar a validade do modelo, utilizou-se a análise dos valores do VIF, que devem ser menores que 3,00, para checar a presença de multicolinearidade. A AVE, que deve ser superior a 0,708, foi verificada através da correlação entre construtos, e a significância estatística foi medida pelo teste de significância das cargas externas (Hair *et al.*, 2021).

A palavra “ambiente” foi a com maior frequência absoluta (F = 100), seguida da palavra “natureza” (F = 80). Como se pode observar, as palavras que apresentaram maior frequência nas transcrições apontam características básicas para se compreender o tipo de turismo analisado na pesquisa, ou seja, o ecoturismo. Ao analisar essas palavras de modo contextualizado é possível observar que os participantes da pesquisa acreditam na importância do papel da natureza e do ambiente para a realização do ecoturismo, o que corrobora com a definição de Bjork (2000), Blamey (2001) e TIES (2015), bem como com os resultados empíricos observados por Roseta, Sousa e Roseta (2020), mas também pode ser um sinal de alerta, como citado nos estudos de Kiper, Ozdemir e Sagla (2011) e Baloch *et al.* (2023). Blamey (2001), por exemplo, enfatiza que o ecoturismo deve estar fundamentado na natureza, ser ambientalmente correto e ser gerenciado de forma sustentável.

A TIES (2015), por sua vez, salienta que o ecoturismo é sobre a integração de práticas de conservação, o bem-estar das comunidades e o turismo sustentável, que favorecem a apreciação e o respeito pela natureza e pelas culturas locais. Esta forma de turismo é caracterizada como viagens responsáveis para destinos naturais que preservam o ambiente, asseguram o benefício das comunidades locais e incorporam atividades educacionais e interpretativas para os visitantes.

No lado empírico, Roseta, Sousa e Roseta (2020) buscaram compreender os determinantes no processo de decisão do consumidor em contextos de ecoturismo, bem como verificar a crescente importância desta atividade. Em seus resultados os autores salientaram que o ecoturismo é a evolução natural do turismo, uma vez que este é responsável por cuidar do meio ambiente, da cultura e das tradições locais, ao mesmo tempo que promove a educação ambiental, sendo a imagem do destino e as experiências anteriores variáveis que afetam positivamente a intenção de realizar viagens ecoturísticas. As narrativas de E3, E10, E16 e E17 por exemplo, demonstram que o ecoturismo vai além de suas características naturais, mas proporciona momentos que podem contribuir para a saúde mental do turista:

“Essas práticas que ocorrem em territórios naturais, acalma a gente sabe?” (E3)

“Quer vir e sentir a natureza. [...] um contato, um relaxamento natural com o meio ambiente para si próprio, um descanso mental, desestresse. [...] tem que amar a natureza.” (E10)

“Gosto muito do ecoturismo pelo contato com a natureza, você ir no lugar para apreciar. [...] eu quero ouvir o lugar, gosto de ouvir os passarinhos, a água dali, se é um lugar que tem água.” (E16)

“Sossego, tranquilidade, são ambientes mais tranquilos. Dá para você admirar, as árvores, ver aqueles lugares que tem aquelas árvores nativas, os pássaros, alguns animais, os rios. Essa tranquilidade, esse contato com a natureza me fazem muito bem.” (E17)

Sobre isso, Callaghan *et al.* (2021) salientam que o contato com a natureza pode agir como um restaurador psicológico por meio da visualização e observação dos espaços naturais. Krishna *et al.* (2023) reforçam tal ideia ao concluírem que a saúde mental pode ser significativamente melhorada através da participação em atividades de ecoturismo. Em seu estudo, os autores constataram que passar tempo em áreas naturais ajuda a diminuir os níveis de estresse, facilita o relaxamento e trata sintomas de ansiedade e depressão.

Por outro lado, Kiper, Ozdemir e Sagla (2011) em seu estudo apontaram que as atividades de ecoturismo, ainda que realizadas em ambientes naturais, podem ser um problema caso não sejam realizadas de acordo com seus propósitos e princípios. Segundo os autores o aumento das atividades ecoturísticas causa perturbações nos campos ambiental, econômico e sociocultural devido à intensificação excessiva nessas áreas. Já Baloch *et al.* (2023) investigaram a relação entre o desenvolvimento do turismo e a adequação ambiental para propor uma estrutura para o ecoturismo sustentável, concluindo que um número substancial de pessoas percebe benefícios socioeconômicos, mas o estado do capital natural e ambiental tem sido cada vez mais degradado, causado em grande parte pela utilização excessiva da terra, à intrusão de culturas externas e à poluição do ar e da água devido ao congestionamento do tráfego, à acumulação de resíduos sólidos, ao esgoto e às emissões de carbono.

Na narrativa de E3 por exemplo, percebe-se que o discurso ambiental, principalmente relacionado a sustentabilidade, é algo que fica apenas no discurso e poucas vezes é levado para a prática:

“Então essa responsabilidade não é só catar o lixo [...] o sustentável é um discurso predominante, mas a prática do sustentável ela está longe de acontecer. [...] prega a sustentabilidade por meio da exploração, a exploração inclusive dos sujeitos, não só do ambiente.” (E3)

Neste contexto de degradação e preocupação ambiental, destaca-se que palavras como “lixo” (F = 34), “preocupar” (F = 21) e “jogar” (F = 19) são as mais frequentes, o que sugere que para os participantes da pesquisa, uma das principais preocupações relacionados à manutenção do ambiente visitado é o descarte adequado dos resíduos, ou

seja, “jogar lixo” no lugar do lixo. Em suas narrativas, E1 e E2 demonstram sua preocupação e cuidado com o ambiente ao dizer:

“Eu me preocupo bastante com o meio ambiente na verdade. [...] eu seria bem aquele cara ‘olha o lixo ali, pow sacanagem’.” (E1)

“É você jogar lixo no lugar do lixo, respeitar o ambiente da forma como ele é.” (E2)

Além disso, a destinação de lixo não está atrelada apenas ao local adequado do descarte, mas também a produção excessiva de resíduos na atividade turística (Hockett; Lober; Pilgrim, 1995; Manomaivibool, 2015; Martins; Cró, 2021; Yuxi *et al.*, 2023; Baloch *et al.*, 2023; Koliotasi; Abeliotis; Tsartas, 2023). Hockett, Lober e Pilgrim (1995) por exemplo, há quase 20 anos, constataram que os turistas tendem a investir significativas somas em produtos como comida, vestuário e outros itens, o que resulta na produção de diversos tipos de resíduos, incluindo embalagens e restos de alimentos, devido ao transporte e consumo desses bens.

Recentemente, Martins e Cró (2021) argumentaram que os recursos ambientais são insumos de produção na criação da experiência turística. Portanto, pode haver impactos negativos da gestão inadequada de resíduos sólidos. Para os autores, o setor do turismo é um produtor intensivo de resíduos, e os turistas podem ser considerados uma fonte adicional em sua geração no destino turístico. Koliotasi, Abeliotis e Tsartas (2023) acrescentam ainda que, como as atividades turísticas seguem um padrão sazonal, isso aumenta as quantidades sazonais de resíduos gerados, alterando a composição qualitativa sazonal do fluxo de resíduos nos territórios.

Na narrativa de E10, fica claro que na visão do empreendedor, ao visitar um ambiente ecoturístico é importante que o turista respeite o ambiente e não aumente a depreciação do território:

“[...] quando você vem até o meio ambiente você tem que respeitar aquele local, não deixando lixo, não jogando lixo naquele local.” (E10)

Ainda no que tange à frequência de palavras, optou-se por destacar aspectos relacionados à estrutura do ambiente, no quesito estrutural. Neste contexto, palavras como “acessibilidade” (F = 37) e “segurança” (F = 21) foram as que mais se destacaram. No que tange aos quesitos estruturais, a narrativa de E2 demonstra preocupação em como são feitas a maior parte das ofertas no ecoturismo:

“Precisa ter uma estrutura mínima. [...] então é em termos estruturais é que eu vejo como desvantagem.” (E2)

Palmer e Riera (2003) apontam que problemas estruturais relacionados ao ecoturismo, muitas vezes estão atrelados a um crescimento excessivo do número de turistas, o que afeta não apenas os processos turísticos como hospedagem e lazer, mas a qualidade de vida do povo local. Pintassilgo e Silva (2007) revelaram que o acesso aberto à indústria do alojamento turístico conduz geralmente à sobre exploração econômica e ambiental. Tal consideração também pode ser visualizada a partir da narrativa de E5, E9 e E11:

“Às vezes a cidade não tem estrutura. Eu lembro que eu fiquei bastante incomodado, porque eles [o local], a utilização da mídia, do Wi-Fi, essas coisas de suporte, Wi-Fi e tal, você podia adquirir, se você quisesse, não tinha disponível.” (E5)

“O ambiente precisa estar preparado para que essas atividades aconteçam da melhor forma.” (E9)

“Ele tem que ter investimento de infraestrutura sem provocar conflito entre os visitantes, por ter muitas pessoas no mesmo horário, no mesmo espaço de tempo.” (E11)

Além disso, por se tratar de turismo em área natural, a segurança do território pode ser constantemente questionada. Por um lado, turistas com forte apelo ambiental questionam que o ambiente para prática ecoturística deve estar com o mínimo de alterações possíveis, ou seja, preservando sua formação natural (Fletcher, 2019; Honjo; Kubo, 2020). Tal aspecto é reforçado pela narrativa de E16:

“O lugar ser um lugar original, tem lugares que hoje que são tão modificados que para mim não é mais um ecoturismo, é sei lá, um projeto de resort ou coisa assim, o que não me atrai.”(E16)

Para Fletcher (2019) por exemplo, o ecoturismo opera dentro de um conceito de “pós-natureza”, onde a consciência ambiental e social é mercantilizada, divergindo do estado puro e inalterado da natureza. Para ele essa tendência permite que a expansão do ecoturismo ocorra paralelamente à degradação ambiental fomentada pelo capitalismo industrial, reconstruindo tais impactos destrutivos como oportunidades para o crescimento da atividade.

Por outro lado, esta formação natural, pode ser considerada inacessível e insegura para grande parte dos turistas que visitam o destino. Desse modo, há um argumento para o desenvolvimento de infraestrutura que possa garantir a segurança dos visitantes, mesmo que isso implique em certas modificações do ambiente natural, incluindo a construção de trilhas mais seguras, sinalização adequada e a disponibilização de recursos de emergência, equilibrando a experiência ecoturística com as necessidades de proteção e segurança dos turistas (Bentley; Cater; Page, 2010; Ashok *et al.*, 2022; Zhu; Sun, 2022). As narrativas de E3 e E20 por exemplo, reforçam a preocupação desta outra parcela de turistas:

“Eu gosto de situações um pouco mais seguras. O ambiente tem que estrutura e me dar segurança.” (E3)

“Já que estão construindo o ambiente, já colocasse ele acessível. [...] se eu for em um lugar e saber que a portinha de 55cm do banheiro, sei que não vou conseguir usar.” (E20)

Bentley, Cater e Page (2010) reforçam que locais de ecoturismo equipados com infraestruturas de segurança mais robustas tendem a registrar uma diminuição nos incidentes graves. A pesquisa revelou que os acidentes mais frequentes incluem escorregões, tropeços e quedas, muitas vezes resultantes de condições meteorológicas imprevisíveis e adversas, bem como das habilidades e comportamentos dos visitantes.

Sobre os quesitos atrativos destacam-se as palavras “trilha” (F = 32), “cachoeiras” (F = 27) e “beleza” (F = 15). Sabe-se que a beleza cênica é considerada como um dos principais motivadores para o turismo (Neuts *et al.*, 2016; An *et al.*, 2019; Carvache-Franco *et al.*, 2021; Pham; Khanh, 2021 Chi; Pham, 2022; Sethy; Senapati, 2023). Neuts *et al.* (2016) por exemplo, apontam que os atrativos que mais atraem turistas são os elementos paisagísticos e a beleza cênica. Chi e Pham (2022) acrescentam ainda que turistas tendem a visitar mais vezes destinos ecoturísticos que tenham belas paisagens. Essa relação entre a intenção de consumo do ecoturismo e beleza cênica, pode ser visualizado a partir das narrativas de E1, E5, E7, E11, E13, E14, E15, E17, E18:

“[...] a imagem do destino também teria que ser algo que me chamasse a atenção.” (E1)

“[...] pela paisagem, aquele impacto de uma bela paisagem.” (E5)

“Ah, a beleza cênica né?” (E7)

“[...] ter beleza cênica, uma beleza cênica é um item necessário para o produto de natureza no mercado.” (E11)

“[...] busco as belezas, [...] dentro desse meu conceito de beleza.” (E13)

“O lugar tem que ser bonito. [...] são lugares muito bonitos.” (E14)

“[...] geralmente eu escolho lugares que eu considero mais bonitos.” (E15)

“Eu gosto muito de tirar fotos, vejo aqueles lugares bonitos, escolho e vou.” (E17)

“Os lugares precisam ser bonitos. Se não for bonito eu não vou.” (E18)

Cachoeiras são frequentemente consideradas atrativos para engajar turistas e potencializar o consumo de ecoturismo. No entanto, ela também pode trazer preocupações para os turistas e seus familiares, devido aos riscos potenciais que podem apresentar (Judson, 2013). A narrativa de E14 deixa claro tão preocupação:

“[...] pai e mãe sempre ficam muito preocupados, ainda mais que aqui uma mãe perdeu um filho em uma cachoeira.” (E14)

Sobre os riscos, Judson (2013) destaca que os principais riscos associados às cachoeiras são afogamentos devido a correntezas intensas ou surgimento inesperado de cabeças d'água, quedas resultantes de escorregões em rochas úmidas e superfícies lisas, traumas por colisões com pedras submersas ao mergulhar em áreas inadequadas, choques térmicos ao entrar em água muito fria, além de desidratação e insolação causadas pela falta de hidratação adequada ou proteção solar durante exposição prolongada ao sol.

Para mitigar esses riscos, são recomendadas precauções como respeitar os avisos de segurança, evitar a água em mau tempo, usar calçado apropriado, não consumir álcool antes da visita, supervisionar crianças, verificar a profundidade antes de mergulhar e ser cauteloso ao transitar por terrenos acidentados (Férias Vivas, 2023).

Tratando-se dos quesitos financeiros, as palavras “viagem” (F = 29), “acesso” (F = 27), “passeio” (F = 18), “preço” (F = 14), “caro” (F = 11) e “dinheiro” (F = 10) foram as mais frequentes. As narrativas de E2, E3, E7 e E10 destacam a preocupação com os preços, sendo este um fator delimitante para a decisão de realizar ou não uma viagem ecoturística. Além disso, as narrativas destacam que para os participantes além de ser um fator limitante, o preço é considerado alto para grande parte dos serviços relacionados ao ecoturismo.

“[...] (o preço) acaba sendo um fator impeditivo para que você realize esse tipo de turismo. [...] ‘Ah, esse lugar aqui, eu gostaria de conhecer, mas o preço é exorbitante’. [...] então a questão do preço exorbitante seria o principal limitador de eu realizar uma viagem hoje.” (E2)

“Uma renda diminuída limita, porque geralmente os destinos de ecoturismo normalmente são mais caros. [...] aí o ecoturismo acaba elitizado sabe?” (E3)

“[...] própria questão do custo disso, quanto que custa, se é acessível para o meu padrão.” (E7)

“Primeiramente se ele realmente vai ter o orçamento, recurso financeiro para fazer aquela tal atividade.” (E10)

É importante destacar que o ecoturismo é considerado uma atividade turística cara, sendo algo já conhecido e constatado por diversos pesquisadores. Entretanto, duas perspectivas se destacam nas pesquisas anteriores: a primeira relaciona-se com a disposição dos consumidores em pagar um preço premium por serviços de ecoturismo, refletindo o valor que atribuem a experiências ambientalmente responsáveis (Lu; Gursoy; Del-Chiappa, 2014; Hultman; Kazeminia; Ghasemi, 2015; Kazeminia; Hultman; Mostaghel, 2016; Duong *et al.*, 2022; Weerasekara; Assella, 2023). Já a segunda foca na necessidade substancial de investimentos em conservação ambiental, apoio ao desenvolvimento comunitário local e implementação de práticas sustentáveis, elementos cruciais para o sucesso e a viabilidade do ecoturismo (Choi *et al.*, 2017; Roscioni *et al.*, 2019; Almeida *et al.*, 2022).

Na primeira abordagem, Lu, Gursoy e Del-Chiappa (2014) discutem que a intenção dos turistas de participar do ecoturismo pode prever sua disposição para pagar um preço mais alto (DPPP). Esta intenção muitas vezes surge do interesse ativo do turista pelo meio ambiente, impulsionada pela preocupação com a saúde própria ou com o futuro dos seus filhos. Portanto, a inclinação dos consumidores para o ecoturismo, que promove a melhoria do ambiente natural, a educação ambiental e a gestão sustentável, motivam os turistas a uma maior DPPP.

De modo semelhante, Hultman, Kazeminia e Ghasemi (2015) concluíram que há uma relação direta entre atitude afetiva e a DPPP para decisões relacionadas ao ecoturismo. Para os autores aumentar a afinidade dos turistas com as atrações naturais pode aumentar a vontade dos turistas de se envolverem em modos de viagem ecológicos a preços *premium*. Duong *et al.* (2022) constatam também, que a DPPP possui relação positiva com a intenção e o modo em que o turista percebe o valor do destino, destacando

ainda que os turistas são atraídos principalmente quando recebem informações únicas sobre destino, e por isso, tendem a realizarem a viagem ecoturística e pagar mais por ela.

Weerasekara e Assella (2023) enfatizam que as partes interessadas do ecoturismo devem colaborar no desenvolvimento e na implementação de estratégias de comunicação que destaquem a relevância e os benefícios do ecoturismo para a conservação ambiental e cultural. Tais estratégias podem gerar resultados positivos tanto para as comunidades locais quanto para os turistas. Adicionalmente, os autores sublinham que a segmentação do mercado de ecoturismo é crucial para a formulação de decisões estratégicas, desenvolvimento de novos produtos, criação de campanhas publicitárias eficientes e estabelecimento de um posicionamento de mercado estratégico.

No que tange à segunda perspectiva que justifica os custos elevados associados aos destinos de ecoturismo, Choi *et al.* (2017) argumentam que a viabilidade e o sucesso desta atividade turística dependem de investimentos consideráveis em conservação ambiental, desenvolvimento comunitário local e práticas sustentáveis. Para eles, investir na conservação ambiental é crucial não apenas para a proteção dos ecossistemas, mas também para garantir que as gerações futuras possam apreciar e aprender com a natureza. Além disso, o fortalecimento das comunidades locais através da educação e dos benefícios econômicos é fundamental para o desenvolvimento sustentável.

Roscioni *et al.* (2019) salientam que a preservação do meio ambiente natural, ainda que seja cara, é fundamental para prevenir danos físicos e ecológicos. A manutenção cuidadosa dos ecossistemas não apenas evita custos contínuos decorrentes de impactos negativos, mas também prolonga a vida útil dos destinos de ecoturismo, contribuindo para a sua sustentabilidade a longo prazo.

Almeida *et al.* (2022) por sua vez, destacam que os investimentos substanciais em preservação e manutenção dos espaços naturais têm um papel essencial não apenas na conservação ambiental, mas também no suporte socioeconômico das comunidades locais. Os referidos autores argumentam que esses custos elevados são justificados, pois contribuem para a proteção e o fortalecimento da cultura local, garantindo que a identidade e os valores tradicionais do povo do território sejam preservados. Este apoio financeiro, destinado à manutenção da integridade do ambiente natural, ajuda a evitar a erosão cultural que pode ser precipitada pelo turismo descontrolado ou pelo desenvolvimento invasivo.

Falando em comunidade, é importante destacar que ao avaliar os impactos da atividade ecoturística na comunidade, palavras como “comunidade” (F = 29) e “impacto”

(F = 12). Sobre isso, é importante destacar que as preocupações com o território do destino ecoturístico são visualizadas de diferentes formas. E3 e E4, por exemplo, demonstram a preocupação direta com as comunidades locais em suas narrativas:

“[...] penso muito aqui no Pantanal, nas comunidades que vivem nesse espaço.”
(E3)

“[...] eu não vou em um destino que não vai priorizar a comunidade local.”
(E4)

Tal preocupação é evidenciada também nos trabalhos de Salman *et al.* (2021) e Thapa *et al.* (2022). Salman *et al.* (2021) por exemplo afirmam que o ecoturismo deve contribuir para a conservação ambiental e a recuperação cultural, bem como para a melhoria da vida da comunidade local. Além disso, os autores acrescentam que esta atividade turística depende fortemente da participação ativa da comunidade local, mas é necessário envolvimento e colaboração de todas as partes interessadas para melhorar as condições financeiras do destino, ampliar as oportunidades de mercado e aumentar a competitividade do destino, aumentando assim os benefícios do destino.

Thapa *et al.* (2022) por sua vez, reforçam a importância crítica de integrar os ganhos socioeconômicos com os esforços de conservação em destinos de ecoturismo, de maneira a apoiar tanto a proteção ambiental quanto o desenvolvimento local. Especificamente para as comunidades locais, esses autores apontam que, embora o ecoturismo possa ser uma fonte de benefícios econômicos, existe o risco de custos socioculturais significativos para os habitantes da região; isto é, pode haver uma complexa troca entre os avanços econômicos e a preservação da identidade cultural local.

Por outro lado, o ecoturismo é frequentemente considerado uma oportunidade para impulsionar o desenvolvimento econômico regional, mantendo e valorizando a cultura local. Nesse contexto, ele pode atuar como um elemento unificador, promovendo o crescimento econômico sem comprometer as tradições e valores culturais da área. As narrativas de E7 e E9 por exemplo, destacam essa contribuição da atividade ecoturística

“Uma outra vantagem é a possibilidade de promover o desenvolvimento das comunidades, das populações do entorno, dessas áreas protegidas.” (E7)

“[...] as grandes vantagens são de empreendedorismo para negócios, geração de emprego e renda para profissionais de diversos setores, melhor inserção das comunidades dessas regiões no processo de desenvolvimento naquele crescimento econômico, mas um desenvolvimento mais inteligente.” (E9)

Sobre isso, Abdullah *et al.* (2020) e Kunjuraman, Hussin e Aziz (2022) apontam que o ecoturismo é constantemente utilizado como uma estratégia de conservação, mas também pode ser considerado uma estratégia para erradicar a pobreza rural. O estudo de Abdullah *et al.* (2020) por exemplo, ao avaliar os benefícios socioeconômicos do ecoturismo para comunidades de região de florestas, identificaram que existem benefícios econômicos significativos e que os rendimentos recebidos do ecoturismo são importantes para reduzir a pobreza entre as famílias locais.

Kunjuraman, Hussin e Aziz (2022) por sua vez, identificaram que o ecoturismo traz inúmeros benefícios para a comunidade local, entre eles o aumento de oportunidades de trabalho sustentáveis, aumento da renda da população, acúmulo de ativos para os participantes dos projetos ecoturísticos. Contudo, os autores ressaltam ainda que a distribuição da renda pode ser desigual entre os participantes do projeto, sendo que os pequenos empreendedores¹⁸ recebem menor renda que os corporativos.

Ainda sobre a nuvem de palavras (Figura 8 – página 70), são destacados os grupos e/ou pessoas que os participantes consideram buscar informações antes de tomar decisões relacionadas ao ecoturismo. Nesse contexto, as palavras mais frequentes foram “amigos” (F = 52), “família” (F = 18) e “guias” (F = 16). Ao tratar da influência de amigos por exemplo, as narrativas de E1, E2, E13, E15, E17 e E19 deixam claro o pensamento dos participantes.

“Acho que buscaria informações entre amigos e família.” (E1)

“Meus amigos, com certeza eles me influenciariam e apoiariam, além da possibilidade de irem junto.” (E2).

“Os meus amigos. Meu grupo de amigos, grande maioria pensa e age como eu [...]” (E13)

“Alguns amigos também gostam desse tipo de viagem, a gente sempre vai junto.” (E15)

“Eu tenho um grupo de amigos que são umas pessoas que a gente vai falar ‘olha, vamos para tal lugar’ e vamos juntos sabe?” (E17)

“[...] grande parte dos meus amigos, o prefeito da minha cidade que também é um incentivador desse tipo de viagem.” (E19)

¹⁸ Kunjuraman, Hussin e Aziz (2022) dividem os participantes dos projetos ligados ao ecoturismo como operadores de casa de família, o que chamamos de “pequenos empreendedores”, e B&B comerciais, o que chamamos aqui de “corporativos”.

De mesmo modo, as narrativas de E2, E5 e E17 fortalecem a influência que os familiares possuem nas decisões dos participantes:

“[...] eu me junto lá com a minha filha, com a minha esposa, para decidir.” (E2)

“Gosto de envolver minha família, minha esposa, meus filhos, vivenciar outras experiências sabe?” (E5)

“Meus sobrinhos já adultos curtem muito, as vezes eles falam ‘tio, vamos marcar um final de semana para gente ir para a Chapada?’” (E17)

Como se observa, amigos e família parecem desempenhar um papel importante na decisão dos consumidores. Isto porque, frequentemente, são as experiências compartilhadas e as recomendações desses grupos próximos que influenciam as escolhas de destinos e atividades de ecoturismo, refletindo a confiança e o valor atribuído às suas opiniões. Hoang, Nguyen e Pham (2022) concluíram em seu estudo que os potenciais turistas tendem a valorizar recomendações de amigos e familiares na hora de planejar suas viagens. Este comportamento visa minimizar os riscos associados à experiência turística e, simultaneamente, fortalecer os laços sociais através do compartilhamento de informações confiáveis e experiências prévias.

As narrativas citadas também vão de encontro com o resultado de Zhang (2022) em que foi constatado que a comunicação boca a boca dos turistas tem um grande impacto nas decisões de viagem dos turistas, entre as quais mais de um terço dos turistas ouvirão as sugestões e conselhos dos seus familiares e amigos antes de viajar. Além disso, foi observado que menos de 5% dos turistas tomam suas decisões de viagem completamente com base em anúncios de turismo.

Finalmente, os guias turísticos emergem nas narrativas de E12, E13 e E18 como elementos cruciais para o turismo, atuando não apenas como facilitadores do acesso seguro aos destinos, mas também como guardiões da experiência, assegurando que os riscos aos turistas sejam minimizados ao máximo possível.

“As pessoas que mais me influenciam são os profissionais né? Guias, agências que já atuem há bastante tempo, porque são eles que vão ter mais experiência.” (E12).

“Guia, um guia de turismo, porque você tem que ter alguém que te oriente ‘você vai seguir ali, ali’ sabe?” (E13)

“[...] os guias turísticos que apresentam e que fazem as filmagens, que postam [...] é importante ter guias, sem guia eu não vou de jeito nenhum.” (E18)

Ren *et al* (2023) salienta que os guias são de extrema importância para o funcionamento adequado e seguro das atividades ecoturísticas. Para os autores entre as os guias são responsáveis por garantir a experiência dos turistas, uma vez que eles são capazes de personalização seu serviço com base nas necessidades dos turistas. Além disso, é destacado que após a pandemia da COVID-19, os turistas têm buscado cada vez mais destinos turísticos com maior contato com a natureza.

A Tabela 1 apresenta uma análise quantitativa das crenças relacionadas ao ecoturismo, com base em entrevistas. As crenças são organizadas em quatro categorias: normativas, comportamentais, de controle e ambientais, correspondendo respectivamente aos construtos de normas subjetivas, atitudes, controle comportamental percebido e comprometimento ambiental. Esta organização facilita a compreensão de quais crenças são mais prevalentes nas percepções sobre ecoturismo e como elas se alinham com os construtos teóricos, visando principalmente direcionar a construção dos questionários.

Como se observa na Tabela 1, as crenças normativas relativas a familiares (76,2%) e blogueiros e influenciadores (66,7%) são frequentemente mencionadas, refletindo a percepção dos entrevistados de que estes grupos têm uma influência nas escolhas de destinos turísticos. Especificamente em relação aos blogueiros e influenciadores digitais, as narrativas de E3, E5, E7, E10, E13, E14 e E15 sugerem que eles não apenas moldam as decisões de viagem, mas também podem ser catalisadores na criação de novas demandas turísticas.

“Alguns perfis no Instagram de viajantes e influenciadores [...] alguns blogs de mulheres negras.” (E3)

“Grupos de redes sociais [...] um grupo chamado de comunicação Kalunga. [...] É sempre interessante entrar em blogs.” (E5).

“[...] esses influenciadores digitais que ficam gerando vários conteúdos que aumenta a procura.” (E7)

“As redes sociais como Instagram, Facebook, por conta dos influencers, influenciam muito. [...] a novela Pantanal também acabou influenciando bastante gente.” (E10)

“Instagram hoje é a ferramenta que eu mais utilizo para me informar a respeito de atrativos. As empresas que eu sigo, as pessoas que eu sigo [...]” (E13)

“Pesquisei perfis de pessoas que fazem esse turismo.” (E14)

“Eu sigo muitos perfis daqui e de fora, ‘Tribo na Ilha’, a Amandinha do ‘Viajar é preciso’ [...] são todos influencers de viagem que me direcionam”. (E15)

Tabela 1: Identificação das crenças e frequência em que elas aparecem nas entrevistas

CRENÇAS NORMATIVAS	
Crença	Frequência (%)
Pessoas com mobilidade reduzida	42,9
Blogueiros e influenciadores	66,7
Estudantes e pesquisadores Ciências Ambientais	33,3
<i>Traders</i> do ecoturismo	66,7
Amigos	66,7
Familiares	76,2
Sites de avaliação	28,6
Idosos	57,1
CRENÇAS COMPORTAMENTAIS	
Crença	Frequência (%)
Inovação	47,6
Animais	52,4
Planejamento	42,9
Localização	52,4
Alimentação	33,3
Hospedagem adequada	57,1
Aprendizado	52,4
CRENÇAS DE CONTROLE	
Crença	Frequência (%)
Acessibilidade	42,9
Estar sozinho	9,5
Preço	66,7
Transporte	61,9
Clima/Tempo	38,1
Variedade de atrações	71,4
Imagem do destino	52,4
Legislação	19,0
CRENÇAS AMBIENTAIS	
Crença	Frequência (%)
Contato com a natureza	85,7
Estrutura do ambiente	81,0
Cultura local	38,1
Preocupação ambiental	85,7
Povos tradicionais	23,8

Fonte: Elaborado pelo autor.¹⁹

Kilipiiri, Papaioannou e Kotzaivazolou (2023) afirmam que influenciadores de viagens no Instagram possuem uma relação significativa com a preferência por destinos sustentáveis dos consumidores, principalmente por atuarem como comunicadores chave de uma grande quantidade de pessoas. Tal influência pode ser atribuída à capacidade dos influenciadores digitais de moldar percepções e destacar a importância da sustentabilidade através de suas plataformas. Dito isso, os autores acreditam que ao compartilhar suas experiências e promover práticas de viagem responsáveis, esses influenciadores não apenas educam seus seguidores sobre a importância de escolhas

¹⁹ O esquema de cores utilizado na Tabela 1 segue a mesma paleta adotada na **Figura 7 (página 68)**, para manter uma consistência visual e facilitar a interpretação dos dados.

sustentáveis, mas também incentivam ativamente a seleção de destinos que valorizam a preservação ambiental e a contribuição para as comunidades locais.

No âmbito das crenças comportamentais, a hospedagem adequada aparece em 57,1% das menções, salientando sua importância na experiência do ecoturismo. Essa preocupação com o a hospedagem é expressa nas narrativas de E2, E7, E19 e E21.

“Se o local onde eu vou me hospedar me proporciona o mínimo de conforto.”
(E2)

“Uma hospedagem que tenha garantias dos serviços que serão oferecidos.”
(E7)

“Precisa de certo conforto pelo menos para acampar.” (E19)

“As vezes eu prefiro ir para um hotel fazendo por conta da estrutura.” (E21)

Sobre isso, Paço, Alves e Nunes (2012) destacam que as acomodações para turistas devem ser adequadas e satisfazer suas exigências. No entanto, os autores enfatizam que, no contexto do ecoturismo, é essencial que os hotéis adotem práticas sustentáveis que minimizem os impactos ambientais, alinhando-se com a consciência ecológica dos turistas. Zhang *et al.* (2023) acrescentam que o uso de energias verdes e o aumento da eficiência energética em hotéis e alojamentos turísticos tem sido cada vez mais uma cobrança dos turistas, o que faz com que empresas do setor hoteleiro se direcionem para uma gestão mais sustentável.

Quanto às crenças de controle, a variedade de atrações é destacada em 71,4% das entrevistas, sugerindo ser um fator crítico na escolha de destinos. Tal necessidade é reforçada a partir das narrativas de E1, E14, E18 e E21.

“Tem que ter uma quantidade boa de coisas possíveis para se fazer. Se você vai para Bonito tem várias opções de ecoturismo para se fazer.” (E1)

“Acho que tem que ter muitos atrativos. O atrativo de você desenvolver uma brincadeira igual uma tirolesa, uma boia, então tem que ter um a mais.” (E14)

“Quando tem variedade é legal. O último que fui tinha fiz um boia cross, rapel, trilha, tirolesa.” (E18)

“Se tiver bastante atração chama mais atenção das pessoas.” (E21)

Deb e Rout (2023) acrescentam ainda que essa diversificação das atrações é um fator chave para realçar o apelo de um destino ecoturístico. Isso significa que o local deve oferecer uma gama de atividades que vão desde a observação da vida selvagem e trilhas

naturais até experiências culturais imersivas, que possibilitem aos turistas uma variedade de experiências enriquecedoras. Além disso, a infraestrutura adequada, oportunidades para interação social significativa e uma gestão eficaz são igualmente importantes para maximizar o potencial de um destino, garantindo uma experiência completa e satisfatória para os visitantes.

Por fim, as crenças ambientais são dominadas pelo contato com a natureza e pela preocupação ambiental, ambas com 85,7%, ressaltando o valor central que os entrevistados atribuem à conservação e à interação com o meio ambiente. Sobre o contato com a natureza as narrativas analisadas destacam que os participantes buscam o contato com a natureza como uma forma de relaxamento e desconexão das demandas do cotidiano urbano, além de um desejo de se conectarem mais profundamente com a fauna e a flora. Relatos de E1, E8, E10, E12 e E18 corroboram essa perspectiva, evidenciando a natureza como um refúgio e uma fonte de rejuvenescimento e aprendizado.

“[...] ter contato com a fauna sem pensar que também é de modo exploratório [...]” (E1)

“[...] estar em contato com o meio ambiente, de estar em contato com a fauna, flora, enfim, numa perspectiva de contemplação [...]” (E8)

“[...] a pessoa vem buscar um contato com a natureza, então ela quer vir e sentir a natureza, o Pantanal, [...] ver o que você tem aqui no meio [...]” (E10)

“[...] o próprio contato com a natureza e o que ele nos permite, o relaxamento, esquecer do urbano [...]” (E12)

“[...] para ter um contato maior com a natureza mesmo, porque eu acho que é muito terapêutico.” (E18)

De modo semelhante ao que os participantes disseram, Liu *et al.* (2022) destacaram a importância do contato direto com a natureza, observando que tal conexão tem efeitos positivos tanto para o bem-estar pessoal quanto para a promoção de comportamentos ambientalmente responsáveis. Os referidos autores identificam que o contato regular com ambientes naturais, tanto em espaços privados ao ar livre quanto em áreas urbanas verdes, contribui significativamente para estas relações positivas. Além disso, o envolvimento com a natureza pode influenciar ações pró-ambientais, como o voluntariado em iniciativas de conservação.

Quanto à preocupação ambiental, os participantes expressam não só a necessidade de preservação dos espaços naturais, mas também enfatizam a importância de continuidade e consistência nas ações praticadas em tais ambientes. As narrativas de

E5, E8, E10, E12 e E18 evidenciam essa consciência ambiental, refletindo um compromisso dos participantes com a sustentabilidade e a responsabilidade ecológica.

“[...] minha preocupação ambiental vem dessa imersão no sentido de entender a importância da conservação daquele meio, a própria trilha que eu estou trilhando, eu tenho a noção que ela já é um impacto ambiental?” (E5)

“[...] comportamento de preservação, além de todo o aspecto de preocupação com o lixo, de consumo de água.” (E8)

“[...] preocupado com o meio ambiente, com o lixo, com a comunicação, com barulho e tudo mais.” (E10)

“[...] desde você não jogar um palito de qualquer coisa, pôr na bolsa, coisa do cotidiano mesmo e principalmente quando essa preocupação é de fato com o meio ambiente [...]” (E12)

“[...] a gente se preocupa em manter tudo limpo quando a gente sai de lá.” (E18)

Como se observa, as narrativas revelam que a preocupação ambiental é um sentimento prevalente entre os participantes. Huang e Liu (2017) acrescentam que a preocupação ambiental dos turistas é um fator determinante não apenas para a preservação de ecossistemas, mas também como uma força motriz por trás da escolha de destinos ecoturísticos. Na visão dos autores, esta conscientização desempenha um papel vital ao ampliar o significado e a profundidade da experiência turística, ao mesmo tempo que propicia comportamentos responsáveis e sustentáveis.

Dada esta influência, é imprescindível que os operadores e gestores de ecoturismo se dediquem a criar experiências que não apenas respeitem, mas também realcem a importância da sustentabilidade, incentivando os visitantes a adotarem uma postura ambientalmente consciente e ativa.

5.2 Análise dos dados quantitativos: PLS-SEM

5.2.1 Análise descritiva dos dados:

Na etapa quantitativa da presente pesquisa, a coleta de dados foi efetuada por meio da aplicação de questionários online, alcançando um total de 1.107 participantes. Contudo, apenas 779 participantes foram considerados para as análises, uma vez que algumas respostas estavam incompletas, os chamados *missing values*. A análise

subsequente desses dados foi conduzida utilizando o software *SmartPLS*. A Tabela 2 oferece uma visão detalhada das características sociodemográficas da amostra.

Tabela 2: Características sociodemográficas da amostra

Características sociodemográficas	N = 779 (%)
Gênero	
Masculino	330 (42,36)
Feminino	448 (57,51)
Outro	1 (0,13)
Idade	
Até 20 anos	13 (1,67)
De 20 a 40 anos	290 (37,23)
Acima de 40 anos	476 (61,10)
Escolaridade	
Segundo grau incompleto	2 (0,26)
Segundo grau completo	11 (1,41)
Graduação incompleta	59 (7,57)
Graduação completa	32 (4,11)
Pós-Graduação	675 (86,65)
Raça	
Amarela	11 (1,42)
Branca	546 (70,47)
Parda	166 (21,50)
Preta	38 (4,92)
Indígena	10 (1,25)
Outros	8 (1,02)
Renda	
Sem renda	1 (0,13)
Até 2 salários	49 (6,29)
De 3 a 5 salários	96 (12,32)
Acima de 6 salários	634 (81,26)

Fonte: Elaborado pelo autor.

No que diz respeito à distribuição de gênero da amostra, 448 participantes (57,51%) se identificam com o gênero feminino, 330 (42,36%) com o masculino, e apenas um participante (0,13%) indica ter outra identidade de gênero, o que demonstra a predominância do gênero feminino.

Considerando a idade dos participantes, observa-se que a maior parte tem mais de 40 anos, representando 61,10% (F = 476) da amostra. O grupo etário subsequente, de 20 a 40 anos, constitui 37,23% (F = 290), enquanto apenas uma pequena proporção, 1,67%, tem menos de 20 anos (F = 130). A composição etária desta amostra revela uma inclinação para idades mais elevadas. Importante frisar que a pesquisa deu preferência à inclusão de indivíduos com 18 anos ou mais, uma decisão fundamentada na maior

probabilidade de que esses adultos exerçam autonomia nas escolhas de consumo relacionadas ao ecoturismo, conforme exposto por Wang *et al* (2004).

Quanto à escolaridade, destaca-se o alto nível de escolaridade dos respondentes, com uma considerável maioria possuindo pós-graduação (F = 675; 86,65%). Aqueles com graduação completa representam apenas 4,11% (F = 32), enquanto a graduação incompleta abrange 7,57% (F = 59). Poucos participantes possuem apenas segundo grau completo (F = 11; 1,41%) ou incompleto (F = 2; 0,26%), indicando um perfil educacional significativamente elevado na amostra.

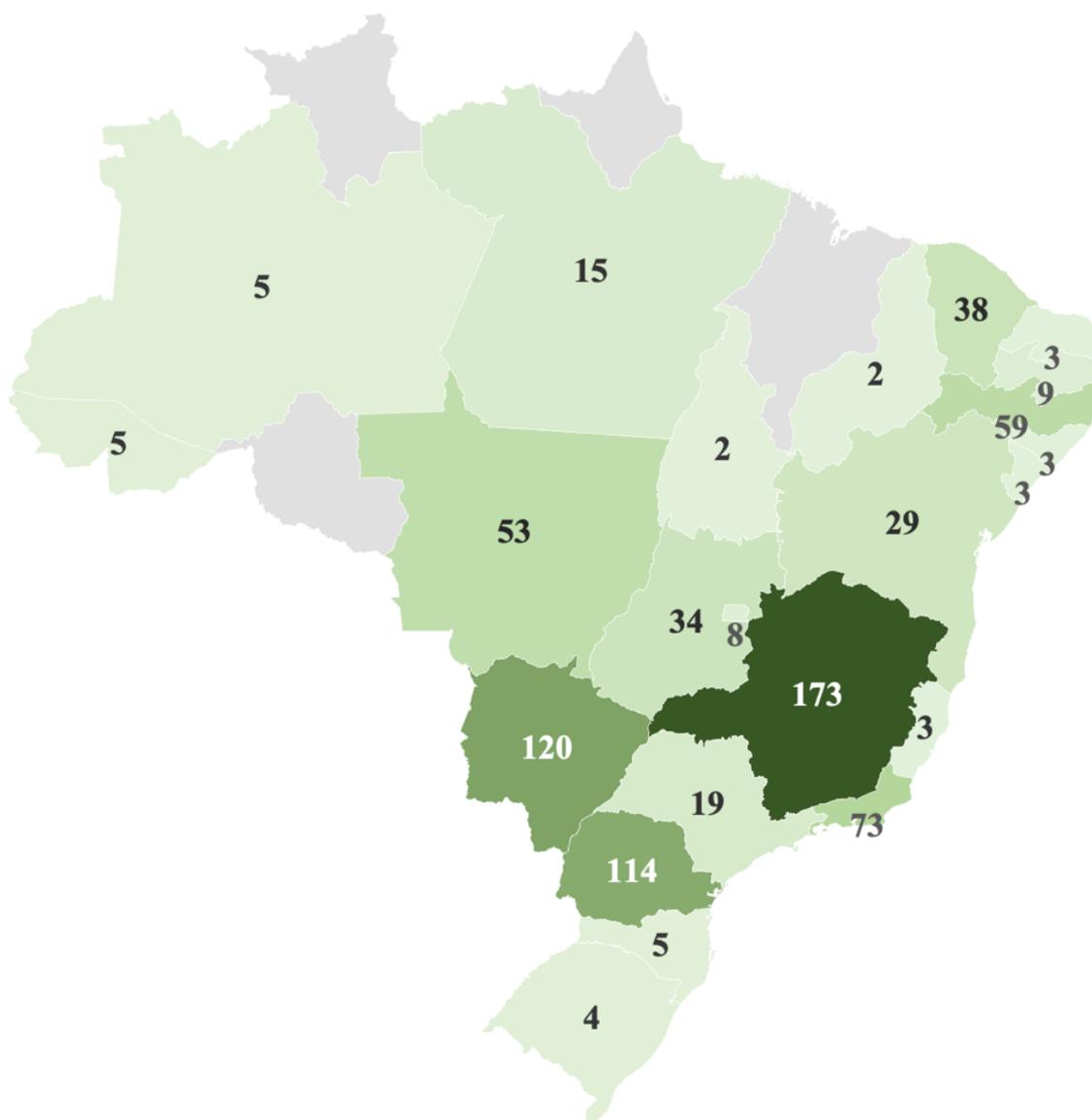
Em relação à raça, a maioria dos participantes se identifica como sendo da raça branca (F = 546; 70,47%), seguida pela raça parda (F = 166; 21,50%) e preta (F = 38; 4,92%). A representatividade das raças amarela (F = 11) e indígena (F = 10), assim como de outras categorias, é relativamente baixa, não ultrapassando 1,42% para qualquer uma delas. Nesse contexto, tem-se um perfil de pessoas predominantemente da raça branca.

No tocante à renda, a amostra apresenta uma inclinação para o alto poder aquisitivo, com 81,26% (F = 634) dos indivíduos ganhando mais de seis salários-mínimos. Uma parcela bem menor recebe entre três e cinco salários-mínimos (F = 96; 12,32%), e apenas um pequeno grupo ganha até dois salários-mínimos (F = 49; 6,29%). Curiosamente, apenas uma pessoa da amostra não possui renda.

A análise do local de moradia dos participantes da pesquisa mostra uma ampla dispersão geográfica pelo Brasil, com representantes de todas as regiões do país, conforme ilustrado na Figura 9.

Como se observa na Figura 9, Minas Gerais destaca-se com a maior proporção de residentes da amostra, totalizando 173 participantes (22,21%). Em sequência, Mato Grosso do Sul e Paraná apresentam, respectivamente, 15,40% e 14,63% dos participantes. Estados como Bahia, Ceará e Rio de Janeiro também possuem contribuições significativas para a amostra. É importante notar que, apesar da participação de todas as regiões brasileiras, existe uma predominância notável das regiões Sudeste e Centro-Oeste.

Figura 9: Distribuição geográfica dos participantes da pesquisa por estado brasileiro



Fonte: Elaborado pelo autor.

Após a descrição das características da amostra, elaborou-se a Tabela 3 com a finalidade de apresentar as médias e medianas dos indicadores utilizados para mensurar os construtos intenção (INT), atitude (ATT), norma subjetiva (NS), controle comportamental percebido (CCP), comprometimento ambiental (COMPAM), imagem do destino cognitivo (IDC) e imagem do destino afetiva (IDA).

Tabela 3: Declarações, médias e medianas dos indicadores utilizados para mensurar os construtos (continua)

Indicadores	Declaração	Mediana	Média
ATT1	1. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano seria:	7	6,04
ATT2	2. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano seria:	6	5,70
ATT3	3. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano seria	6	5,85
ATT4	4. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano seria importante:	6	5,77
ATT5	5. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano seria:	7	6,33
ATT6	6. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano seria:	7	6,26
ATT7	7. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano seria:	7	6,41
INT1	8. Quão forte é sua intenção em visitar um destino ecoturístico no próximo ano.	6	5,47
INT2	9. Eu pretendo visitar um destino ecoturístico no próximo ano.	6	5,44
INT3	10. Quão provável é que você visitará um destino ecoturístico no próximo ano?	5	5,21
INT4	11. Eu planejo visitar um destino ecoturístico no próximo ano.	6	5,16
NS1	12. A maioria das pessoas que são importantes para você acham que você deveria visitar um destino ecoturístico no próximo ano.	5	4,59
NS2	13. A maioria das pessoas das quais você escuta opiniões aprovariam você visitar um destino ecoturístico no próximo ano.	6	5,63
NS3	14. Quantas pessoas que você conhece, na sua opinião, irão visitar um destino ecoturístico no próximo ano?	4	3,88
NS4	15. A maioria das pessoas que você conhece estão interessadas visitar um destino ecoturístico no próximo ano.	4	4,06
CCP1	16. Se eu quiser, eu posso facilmente visitar um destino ecoturístico no próximo ano.	6	5,40
CCP2	17. Se eu quiser, eu tenho capacidade de visitar um destino ecoturístico no próximo ano.	6	5,76
CCP3	18. Eu estou confiante de que eu consigo visitar um destino ecoturístico no próximo ano.	6	5,25
CCP4	19. Visitar um destino ecoturístico no próximo ano está sob meu controle:	5	5,13
CCP5	20. Eu sinto que visitar um destino ecoturístico no próximo ano depende mais de mim do que dos outros:	6	5,54
CCP6	21. Se eu realmente quiser, eu consigo visitar um destino ecoturístico no próximo ano.	6	5,78
CRECOMP1a	22. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você acha que o destino escolhido será inovador para?	6	5,59
CRECOMP1b	23. Quão importante é para você visitar um destino ecoturístico inovador?	6	5,51
CRECOMP2a	24. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você acha que o destino escolhido será amigo dos animais?	6	5,62
CRECOMP2b	25. Quão importante é para você visitar um destino ecoturístico que seja amigo dos animais?	7	5,78
CRECOMP3a	26. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você acha que será necessário planejar a visita?	7	6,25
CRECOMP3b	27. Quão importante é para você planejar as visitas a destino ecoturístico?	7	6,13
CRECOMP4a	28. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você acha que o destino estará bem localizado?	5	5,32
CRECOMP4b	29. Quão importante é para você a localização do destino ecoturístico?	6	5,82
CRECOMP5a	30. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você acha encontrará alimentos de qualidade disponíveis?	5	5,28

Tabela 3: Declarações, médias e medianas dos indicadores utilizados para mensurar os construtos (continuação)

CRECOMP5b	31. Quão importante é para você ter alimentos de qualidade disponíveis nos destinos ecoturísticos?	7	6,19
CRECOMP6a	32. No caso de você visitar um destino ecoturístico, quão provável você acha que terá hospedagem adequada?	5	5,24
CRECOMP6b	33. Quão importante é para você ter hospedagem adequada ao visitar um destino ecoturístico?	7	6,18
CRECOMP7a	34. No caso de você visitar um destino ecoturístico, quão provável você acha que desenvolverá novas habilidades na viagem?	5	5,21
CRECOMP7b	35. Quão importante é para você desenvolver novas habilidades sobre o ecoturismo?	5	5,15
CRENORM1a	36. – Quanto você se importa com a opinião de influencers sobre você visitar um destino ecoturístico?	2	2,76
CRENORM1b	37. Quão provável você acha que os influencers te apoiariam se você visitar um destino ecoturístico?	3	3,07
CRENORM2a	38. Quanto você se importa com a opinião de estudantes e pesquisadores ambientais sobre você visitar um destino ecoturístico?	6	5,05
CRENORM2b	39. Quão provável você acha que estudantes e pesquisadores ambientais te apoiariam na decisão de você visitar um destino ecoturístico?	6	5,41
CRENORM3a	40. Quanto você se importa com a opinião especialistas (guias, ecoturistas) sobre você visitar um destino ecoturístico?	6	5,31
CRENORM3b	41. Quão provável você acha que os especialistas (guias, ecoturistas) te apoiariam na decisão visitar um destino ecoturístico?	6	5,67
CRENORM4a	42. Quanto você se importa com a opinião de seus amigos sobre você visitar um destino ecoturístico?	4	4,08
CRENORM4b	43. Quão provável você acha que seus amigos te apoiariam na decisão de visitar um destino ecoturístico?	6	5,38
CRENORM5a	44. Quanto você se importa com as notas em sites de avaliação do destino ecoturístico a ser visitado?	6	5,46
CRENORM5b	45. Quão provável você acha que os avaliadores de sites de destino ecoturístico te apoiariam na decisão de visitar um destino ecoturístico?	6	5,10
CRENORM6a	46. Quanto você se importa com a opinião de pessoas com mobilidade reduzida (idosos e dependentes de acessibilidade) na decisão de visitar um destino ecoturístico?	6	5,07
CRENORM6b	47. Quão provável você acha que pessoas com mobilidade reduzida (idosos e dependentes de acessibilidade) te apoiariam na decisão de visitar um destino ecoturístico?	5	4,80
CRENCONT1a	48. Atualmente eu tenho recursos financeiros suficientes para visitar um destino ecoturístico?	6	5,29
CRENCONT1b	49. Quão importante é para você ter recursos financeiros suficientes para visitar um destino ecoturístico?	7	6,39
CRENCONT2a	50. Atualmente eu tenho transporte disponível para visitar um destino ecoturístico?	6	5,32
CRENCONT2b	51. Quão importante é para você ter transporte disponível para visitar um destino ecoturístico?	7	6,14
CRENCONT3a	52. Atualmente eu tenho tempo disponível para visitar um destino ecoturístico?	4	4,38
CRENCONT3b	53. Quão importante é para você ter tempo disponível para visitar um destino ecoturístico?	7	6,40
CRENCONT4a	54. Atualmente eu tenho conhecimento sobre o ecoturismo suficiente para visitar um destino ecoturístico?	5	4,83
CRENCONT4b	55. Quão importante é para você ter conhecimento suficiente sobre o ecoturismo para visitar um destino ecoturístico?	6	5,95
CRENAMB1a	56. Para você, fortalecer o contato com o meio ambiente ao visitar um destino ecoturístico é?	7	6,34
CRENAMB1b	57. Quão provável é que você fortalecerá o contato com o meio ambiente ao visitar um destino ecoturístico?	7	6,23
CRENAMB2a	58. Para você, quão importante é a existência de estrutura do ambiente (acesso via asfalto, internet, estrutura para acampar , etc) ao visitar um destino ecoturístico é?	6	5,78
CRENAMB2b	59. Quão provável é que o destino ecoturístico a ser visitado terá estrutura (acesso via asfalto, internet, estrutura para acampar, entre outras.	5	5,04
CRENAMB3a	60. Para você, a cultura local do destino ecoturístico é?	7	6,30

Tabela 3: Declarações, médias e medianas dos indicadores utilizados para mensurar os construtos (conclusão)

CRENAMB3b	61. Quão provável é que o destino ecoturístico a ser visitado terá uma cultura local forte?	6	5,72
CRENAMB4a	62. Para você, quão importante é que o destino ecoturístico tenha responsabilidade com os recursos ambientais é?	7	6,70
CRENAMB4b	63. Quão provável é que o destino ecoturístico a ser visitado terá responsabilidade com os recursos ambientais?	6	5,87
CRENAMB5a	64. Para você, a valorização dos povos tradicionais no destino ecoturístico é:	7	6,49
CRENAMB5b	65. Quão provável é que o destino ecoturístico a ser visitado por você valorizará os povos tradicionais	6	5,54
COMPAM1	66. Fortalecer a minha conexão com o meio ambiente no futuro é:	7	6,38
COMPAM2	67. Sinto-me fortemente ligado ao meio ambiente.	6	5,83
COMPAM3	68. Quando faço planos de viagens, levo em consideração como minhas decisões podem afetar o meio ambiente.	6	5,56
COMPAM4	69. Parece-me que os seres humanos e o meio ambiente são interdependentes.	7	5,94
COMPAM5	70. Sinto-me bem quando acontece algo que beneficia o meio ambiente.	7	6,70
COMPAM6	71. Sentir uma conexão com o ambiente é importante para mim.	7	6,38
COMPAM7	72. Espero sempre sentir uma forte conexão com o meio ambiente.	7	6,25
COMPAM8	73. Acredito que o bem-estar do ambiente natural pode afetar meu próprio bem-estar.	7	6,59
COMPAM9	74. É improvável que eu sinta uma conexão com o meio ambiente no futuro.	2	3,17
COMPAM10	75. Sinto-me muito ligado ao ambiente natural.	7	5,90
IDC1	76. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha parques naturais	6	5,92
IDC2	77. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha beleza natural suficiente.	7	6,28
IDC3	78. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha museus e informações históricas suficientes.	5	5,35
IDC4	79. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha acomodações de qualidade.	6	5,92
IDC5	80. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha informações turísticas adequadas.	7	6,28
IDC6	81. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha condições de higiene e limpeza adequados.	7	6,49
IDC7	82. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha lindas cachoeiras.	5	4,93
IDC8	83. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha vida noturna atrativa.	4	3,98
IDC9	84. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha áreas de esportes adequadas.	4	3,90
IDC10	85. Para mim é importante que as pessoas do destino ecoturístico sejam amigáveis.	7	6,24
IDC11	86. Para mim é importante que o destino ecoturístico seja uma cidade segura.	7	6,35
IDC12	87. Para mim é importante que os preços das acomodações no destino ecoturístico sejam razoáveis.	7	6,44
IDC13	88. Para mim é importante que o destino ecoturístico seja uma cidade de fácil acesso.	6	5,53
IDA1	89. Para mim é importante que o destino ecoturístico seja em uma cidade animada.	4	4,00
IDA2	90. Para mim é importante que o destino ecoturístico seja em uma cidade excitante.	4	3,87
IDA3	91. Para mim é importante que o destino ecoturístico seja em uma cidade agradável.	7	6,13

Fonte: Elaborado pelo autor.

Legenda: Atitude (ATT); Intenção (INT); Normas subjetivas (NS); Controle comportamental percebido (CCP); Crenças Comportamentais (CRECOMP); Crenças Normativas (CRENORM); Crenças de Controle (CRENCONT); Crenças Ambientais (CRENAMB); Comprometimento ambiental (COMPAM); Imagem do destino Cognitiva (IDC); Imagem do destino afetiva (IDA).

Os dados da Tabela 3 demonstra uma forte inclinação dos turistas brasileiros para o ecoturismo, sugerindo um vínculo positivo entre a valorização ambiental e a preferência por atividades turísticas sustentáveis. Para a análise dos dados as declarações selecionadas com o número três foram consideradas como respostas neutras; valores maiores foram considerados como concordância e valores menores como discordância. Logo, identifica-se que os respondentes demonstraram alta intenção já que os resultados analisados das médias e medianas, foram acima de 4 para a maioria das afirmações usadas para medir esse construto.

Mais notável ainda foi a percepção sobre a atitude dos consumidores frente ao ecoturismo. A concordância com o construto “atitude” foi elevada, ilustrando uma avaliação positiva e um endosso entusiasmado para o consumo consciente do ecoturismo denotando não apenas um reconhecimento da importância do ecoturismo, mas também um alinhamento com valores ambientais.

Adicionalmente, os resultados sugerem que os indivíduos se veem capazes de participar de tais atividades, como demonstrado pelo construto “controle comportamental percebido”, que também registrou médias e medianas altas. Tal resultado, sugere que além da vontade, há uma percepção de capacidade e autonomia para engajar-se no ecoturismo.

A investigação também descortinou uma robusta concordância com o construto “comprometimento ambiental”, sublinhando uma consciência ecológica entre os participantes. Embora em menor intensidade, a “imagem do destino” também foi positivamente avaliada, indicando que a reputação e a percepção dos locais de ecoturismo influenciam na decisão dos consumidores. Esses achados revelam uma tendência dos turistas em buscar experiências que respeitem e valorizem os aspectos naturais e a sustentabilidade ambiental dos destinos.

Os resultados preliminares da pesquisa, expressos pelas médias e medianas, sugerem um forte consenso entre os participantes a respeito de sua disposição em participar do ecoturismo e de suas atitudes em relação aos construtos avaliados. Contudo, para compreender com maior precisão como esses construtos afetam a decisão de realizar viagens ecoturísticas, empregou-se a SEM, permitindo avaliar como, e em que medida, esses construtos exercem influência direta sobre a intenção dos consumidores.

Para tal, foram utilizadas duas abordagens de SEM: uma reflexiva e outra formativa. O modelo reflexivo baseia-se na ideia de que as variações no construto influenciam os indicadores observáveis (Becker; Klein; Wetzels, 2012; Hair *et al.*, 2021;

Zeng *et al.*, 2021). Por exemplo, a disposição para o ecoturismo pode ser refletida em indicadores como as atitudes, as normas subjetivas, o CCP e o comprometimento ambiental.

Por outro lado, o modelo formativo considera os indicadores como causadores do construto, ou seja, eles moldam e definem o construto analisado (Becker; Klein; Wetzels, 2012; Hair *et al.*, 2021; Zeng *et al.*, 2021). Por exemplo, indicadores como autodesenvolvimento, função ego-defensiva e construção de relacionamentos pessoais e interpessoais são vistos como componentes que, juntos, formam a motivação para escolher o ecoturismo (Kim *et al.*, 2023).

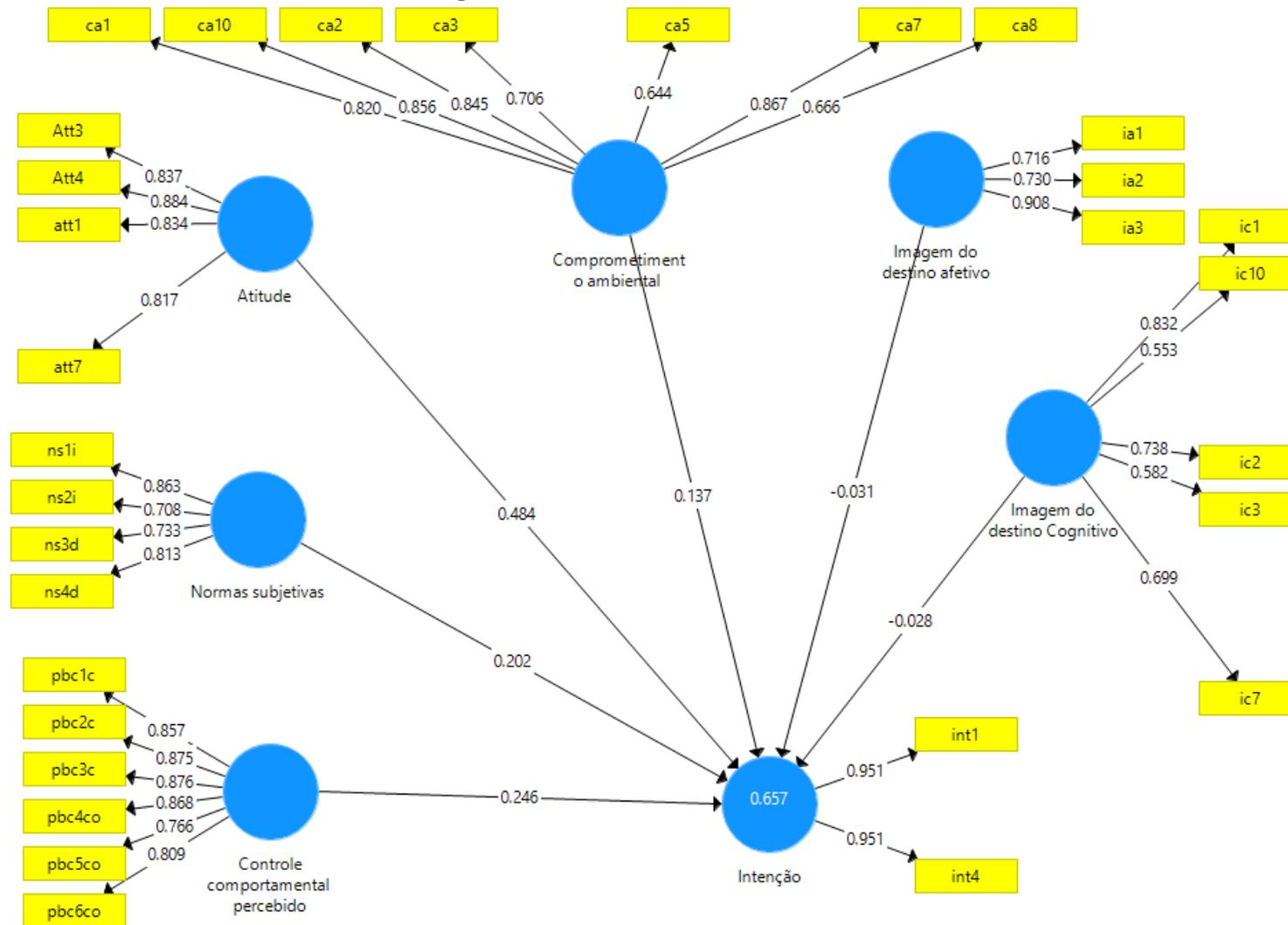
5.2.2 Resultados do Modelo de Estrutural Reflexivo

O modelo criado foi ajustado excluindo alguns indicadores para atingir os parâmetros necessários. Os indicadores ATT2, ATT5, ATT6, INT2, INT3, COMPAM4, COMPAM6, COMPAM9, IDC 4, IDC6, IDC7, IDC8 IDP9, IDC 11, IDC1 e IDC13²⁰ foram removidos do modelo devido as altas cargas cruzadas. O modelo considerado aceitável é ilustrado na Figura 10, onde se pode observar a estrutura conceitual proposta. Detalhes quantitativos, como as cargas fatoriais padronizadas, o alfa de Cronbach, Rho A, a Variância Extraída Média (AVE), e a confiabilidade composta são apresentados na Tabela 4.

Nesse sentido, a Figura 10 apresenta as variáveis latentes e as cargas fatoriais, indicando como cada variável contribui para o construto ao qual representa. Os construtos avaliados são medidos pelos itens ligados a eles, com cargas fatoriais que variam de 0,553 a 0.908, sugerindo que todos os itens têm uma contribuição significativa para a formação dos construtos. Tratando-se especificamente da relação entre os construtos e a Intenção, observa-se uma variação nos coeficientes de caminho, variando de -0,031 a 0,484.

²⁰ Para visualização dos indicadores removidos do modelo devido as cargas cruzadas observadas, indica-se a visualização da Tabela 3 na página 90.

Figura 10: Modelo Estrutural Reflexivo



Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 4: Cargas fatoriais padronizadas, alfa de Cronbach, Rho A, variância média extraída (AVE), e Confiabilidade composta (CR) do modelo estrutural reflexivo

	NS	ATT	PBC	COMPAM	IDC	IDA	INT
	NSI (0,863)	Att3 (0,837)	Pbc1c (0,857)	Ca1 (0,820)	Ic1 (0,821)	Ia1 (0,716)	INT1 (0,951)
	NSI (0,708)	Att4 (0,884)	Pbc2c (0,875)	Ca10(0,856)	Ic10 (0,546)	Ia2 (0,730)	INT4 (0,951)
	NSD (0,733)	Att1 (0,834)	Pbc3c (0,876)	Ca2 (0,845)	Ic2 (0,717)	Ia3 (0,908)	
Carga do fator	NSD (0,813)	Att7 (0,817)	Pbc4co (0,868)	Ca3 (0,706)	Ic3 (0,552)		
			Pbc5co (0,766)	Ca5 (0,644)	Ic5 (0,518)		
			Pbc6co (0,809)	Ca7 (0,867)	Ic7 (0,681)		
				Ca8 (0,666)			
Alfa de Cronbach	0,791	0,865	0,921	0,891	0,733	0,781	0,894
Rho_A	0,853	0,879	0,988	0,915	0,78	1,11	0,894
CR	0,862	0,908	0,936	0,913	0,815	0,83	0,95
AVE	0,611	0,711	0,71	0,604	0,474	0,623	0,904

Fonte: Elaborado pelo autor.

Legenda: Normas subjetivas (NS); Atitude (ATT); Controle comportamental percebido (CCP); Comprometimento ambiental (COMPAM); Imagem do destino Cognitiva (IDC); Imagem do destino afetiva (IDA); Intenção (INT).

Na Tabela 4, é possível visualizar o alfa de Cronbach, o Rho A, a confiabilidade composta e a AVE. O alfa de Cronbach e o Rho A são estatísticas cruciais para avaliar a confiabilidade das declarações usadas para mensurar os construtos, sendo métricas que indicam a consistência interna dos itens pertencentes ao construto (Ringle, da Silva e Bido (2014). Os resultados indicam que todos os itens utilizados para avaliar os construtos (normas subjetivas, atitudes, controle comportamental percebido, comprometimento ambiental, imagem do destino cognitivo, imagem do destino afetiva, intenção) são confiáveis, visto que o alfa de Cronbach alcançou o limiar recomendado de 0,7, assim como o Rho A, corroborando a confiabilidade.

Além disso, a AVE, utilizada para avaliar o quanto da variação capturada pelos construtos é explicada por suas respectivas declarações apresenta resultados positivos. Por exemplo, dentro das normas subjetivas, um AVE de 0,611 indica que aproximadamente 61,1% da variação é explicada pelos itens do construto. Da mesma forma, no construto atitude, um AVE de 0,711 significa que 71,1% da variação é explicada.

Portanto, o AVE reflete quão bem um conjunto de variáveis representou os construtos avaliados. Em suma, a Tabela 4 valida os instrumentos utilizados no questionário, garantindo que este foram confiáveis para a construção dos modelos de mensuração.

Os resultados da mensuração final do modelo, da avaliação do indicador de confiabilidade, da confiabilidade convergente e consistência, são apresentados na Tabela 5, confirmando que o modelo de mensuração é adequado.

Tabela 5: Critério de Fornell-Lacker e Heterotraço-Monotraço (HTMT)

CRITÉRIO DE FORNELL-LACKER							
	ATT	COMPAM	PBC	IDC	IDA	INT	NS
ATT	0,843						
COMPAM	0,512	0,777					
PBC	0,347	0,304	0,843				
IDC	0,284	0,464	0,196	0,688			
IDA	0,107	0,139	0,086	0,445	0,789		
INT	0,723	0,513	0,533	0,254	0,075	0,951	
NS	0,47	0,349	0,423	0,231	0,131	0,571	0,781

HETEROTRACO-MONOTRACO (HTMT)							
	ATT	COMPAM	PBC	IDC	IDA	INT	NS
ATT	0,559						
COMPAM	0,559						
PBD	0,351	0,3					
IDC	0,331	0,574	0,213				
IDA	0,094	0,143	0,082	0,605			
INT	0,812	0,544	0,538	0,278	0,067		
NS	0,535	0,383	0,459	0,305	0,177	0,645	

Fonte: Elaborado pelo autor.

Legenda: Normas subjetivas (NS); Atitude (ATT); Controle comportamental percebido (CCP); Comprometimento ambiental (COMPAM); Imagem do destino Cognitiva (IDC); Imagem do destino afetiva (IDA); Intenção (INT).

Os resultados apresentados na tabela indicam uma adequada validade discriminante entre os construtos medidos. De acordo com o Critério de Fornell-Larcker, as raízes quadradas das AVEs de cada construto, apresentadas na diagonal principal, são consistentemente maiores que as correlações interconstrutos, localizadas fora da diagonal (Hair *et al.*, 2014). Além disso, Hair *et al.*, (2014) aponta que o valor observado de AVE a partir do critério de Fornell-Lacker deve ser superior a 0,50. Tal aspecto fica evidente no construto de Atitude (ATT), cujo valor de AVE na diagonal (0,843) supera todas as suas correlações com outros construtos, corroborando a sua distintividade.

Já na avaliação do Heterotraço-Monotraço (HTMT), é possível observar que todos os valores estão abaixo do limiar de 0,90 propostos por Hair *et al.*, (2014), sugerindo que os construtos são empiricamente distintos uns dos outros. Por exemplo, o HTMT entre Atitude (ATT) e Intenção (INT) é 0,812, abaixo do limiar e indicativo de validade discriminante adequada. Esses resultados sustentam a precisão do modelo em diferenciar

entre os construtos teóricos, reforçando a robustez das medidas utilizadas e a confiabilidade dos dados coletados para o estudo.

Após a construção e validação do modelo estrutural adequado, procedeu-se ao teste das hipóteses estabelecidas por meio da técnica de *bootstrapping*, uma metodologia robusta para estimar a precisão das amostras (Hair *et al.*, 2014). Este método permitiu a avaliação da significância estatística dos coeficientes de caminho, fornecendo intervalos de confiança para maior confiabilidade. Os resultados são apresentados na Tabela 6, que exhibe as estimativas dos parâmetros e os respectivos níveis de significância.

Tabela 6: Resultados do Modelo Estrutural Reflexivo

Hipóteses	Média	Desvio padrão	Teste T	P Valor	f ²	VIF	Decisão
H1: Normas subjetivas -> Intenção	0,199	0,031	6,547	0	0,083	1,447	Suportada
H2: Atitude -> Intenção	0,488	0,038	12,771	0	0,431	1,584	Suportada
H3: Controle comportamental percebido -> Intenção	0,246	0,03	8,333	0	0,138	1,281	Suportada
H4: Comprometimento ambiental -> Intenção	0,135	0,03	4,499	0	0,033	1,64	Suportada
H5: Imagem do destino Cognitiva-> Intenção	-0,03	0,028	1,011	0,313	0,001	1,577	Rejeitada
H6: imagem do destino afetiva -> Intenção	-0,021	0,025	1,226	0,221	0,002	1,261	Rejeitada

Fonte: Elaborado pelo autor.

Legenda: $p < 0,01$

A Tabela 6 apresenta os resultados do teste das hipóteses por meio do Modelo Estrutural Reflexivo, incluindo a média e o desvio padrão dos coeficientes estimados, os valores de f^2 , p-valor, além do VIF para avaliar multicolinearidade. Ao

O coeficiente de determinação do modelo (R^2) indica que, as variáveis que compuseram o modelo explicam 65% da variação dos turistas brasileiros em consumir o ecoturismo, ou seja, indica que as variáveis selecionadas para o estudo explicam uma grande parte da variação na intenção de consumo de ecoturismo.

As hipóteses H1, H2, H3 e H4, que vinculam as normas subjetivas (NS), atitude (ATT), controle comportamental percebido (CCP) e comprometimento ambiental (COMPAM) à intenção de consumir ecoturismo, foram confirmadas como estatisticamente significativas. Os valores de p mostram que esses construtos têm uma influência positiva e significativa na intenção, o que significa que os turistas são mais propensos a participar em ecoturismo se tiverem normas subjetivas positivas, atitudes favoráveis, perceberem que têm controle sobre seu comportamento e se estiverem comprometidos com o meio ambiente.

A influência observada nos construtos base da TCP (normas subjetivas, atitudes e controle comportamental percebido) na intenção dos consumidores corrobora com uma

vasta quantidade de estudos anteriores (Lam; Hsu, 2004; Lam; Hsu, 2006; Sparks; Pan, 2009; Hultman; Kazeminia; Ghasemi, 2015; Singh; Verma, 2017; Hansen *et al.*, 2018; Lin; Huang, 2021).

Tal resultado reforça a robustez da TCP, ressaltando seu valor preditivo em diferentes contextos e ao longo do tempo. A consistência desses achados não apenas valida o modelo teórico, mas também enfatiza a importância de considerar esses construtos psicológicos na elaboração de estratégias de marketing e políticas públicas voltadas para o fomento do ecoturismo. Além disso, este alinhamento com pesquisas anteriores demonstra a relevância contínua de entender os fatores internos que motivam as escolhas dos consumidores, além de fomentar novas discussões para o desenvolvimento de práticas mais sustentáveis no setor turístico.

Contudo, ainda que o modelo da TCP seja validado por uma grande quantidade de pesquisadores, Ajzen (2020) ressalta a possibilidade e importância de se incluir novos construtos quando necessário. Nesse sentido, o construto comprometimento ambiental se mostrou um importante preditor da intenção de se consumir o ecoturismo. Autores como Davis, Green e Reed (2009), Davis, Le e Coy (2011), Hedlund (2011) e Coy *et al.* (2013) convergem na constatação de que um forte comprometimento ambiental pode influenciar significativamente nas atitudes e nas intenções de consumo, particularmente em contextos sustentáveis como o ecoturismo. Para os autores, quanto maior a preocupação ecológica e os valores bioesféricos dos indivíduos, maior é a probabilidade de eles adotarem comportamentos que favoreçam a preservação do meio ambiente.

Neste sentido, os resultados da presente pesquisa comprovam o que foi sugerido pelos autores, indicando que o comprometimento ambiental é um fator-chave na promoção do ecoturismo, pois influencia a disposição dos consumidores a preferirem e investirem em opções de turismo que são ambientalmente responsáveis e sustentáveis. Assim, embora o modelo da TCP de Ajzen (1991) não incluía originalmente o comprometimento ambiental como um construto, os resultados desta pesquisa destacam sua importância e justificam sua inclusão para uma compreensão mais aprofundada do comportamento do consumidor em contextos relacionados ao ecoturismo.

Em contraste, as hipóteses H5 e H6, relacionadas à Imagem do destino Cognitivo (IDC) e Imagem do destino Afetiva (IDA), foram rejeitadas, indicado pelos valores de p que não alcançam o nível de significância estatística ($p < 0,01$), sugerindo que a percepção cognitiva e afetiva dos destinos não desempenha um papel significativo na intenção dos turistas de engajar-se no ecoturismo.

Os resultados desta pesquisa apresentam um panorama distinto daquele documentado em diversos estudos anteriores, os quais destacaram a significativa influência da imagem do destino na intenção de consumo (Alcázar; Piñero; Maya, 2014; Satyarini; Rahmanita; Setarnawat, 2017; Haarhoff, 2018; Kanwel *et al.*, 2019; Jebbouri *et al.*, 2022). No entanto, esta pesquisa seguiu a abordagem proposta por Gartner (1994), desagregando a imagem do destino em componentes afetivos e cognitivos para uma análise mais detalhada.

Estudos como o de Harrill *et al.* (2023)²¹ identificaram uma influência marcante das dimensões afetiva e cognitiva da imagem do destino nas intenções comportamentais dos turistas. Contrariamente, os achados da presente pesquisa sugerem que, embora a imagem do destino seja considerada um aspecto importante, ela não exerce uma influência decisiva nas decisões de consumo dos participantes desta amostra.

Estes resultados podem estar associados às características sociodemográficas da amostra, principalmente idade, considerando que a maior parte dos respondentes possui faixa etária acima dos 40 anos (61,10%). Tal resultado traz um alinhamento com as descobertas de Zielińska-Szczepkowska (2021). A autora aponta que o público em questão pode valorizar mais os aspectos ambientais e a serenidade do que a imagem promocional do destino, ou seja, dão prioridade para características o contato com a natureza e a tranquilidade.

A análise dos coeficientes de caminho (f^2) destaca a atitude como o determinante mais significativo da intenção (0,431), seguido pelo controle comportamental percebido (0,138), reafirmando a importância desses aspectos psicológicos no processo de decisão do consumidor. Vale destacar que o construto “comprometimento ambiental”, apesar de sua contribuição quantitativa ser mais modesta (0,033), desempenha um papel positivo e influente no processo decisório do consumidor, ou seja, mesmo não sendo o fator mais preponderante, o nível de comprometimento ambiental dos indivíduos afeta de maneira significativa a maneira como eles tomam decisões de consumo, especialmente aquelas relacionadas a práticas sustentáveis e ecologicamente responsáveis.

Além disso, os valores reduzidos do VIF corroboram a inexistência de multicolinearidade dentro do modelo, o que assegura a independência das variáveis analisadas. Hair *et al.*, (2014) salienta que esta independência é crucial, pois confirma

²¹ O estudo realizado por Harrill *et al.* (2023) distingue-se como a única investigação que examinou de forma específica a influência das dimensões afetiva e cognitiva da imagem do destino nas intenções de consumo e, por extensão, no comportamento dos turistas de escolherem destinos ecoturísticos.

que cada variável contribui com informações exclusivas para o modelo, reforçando sua integridade estatística. Assim, a confiabilidade das conclusões extraídas do modelo é elevada, visto que a solidez estatística é fundamental para a validade dos resultados e para a inferência de relações causais.

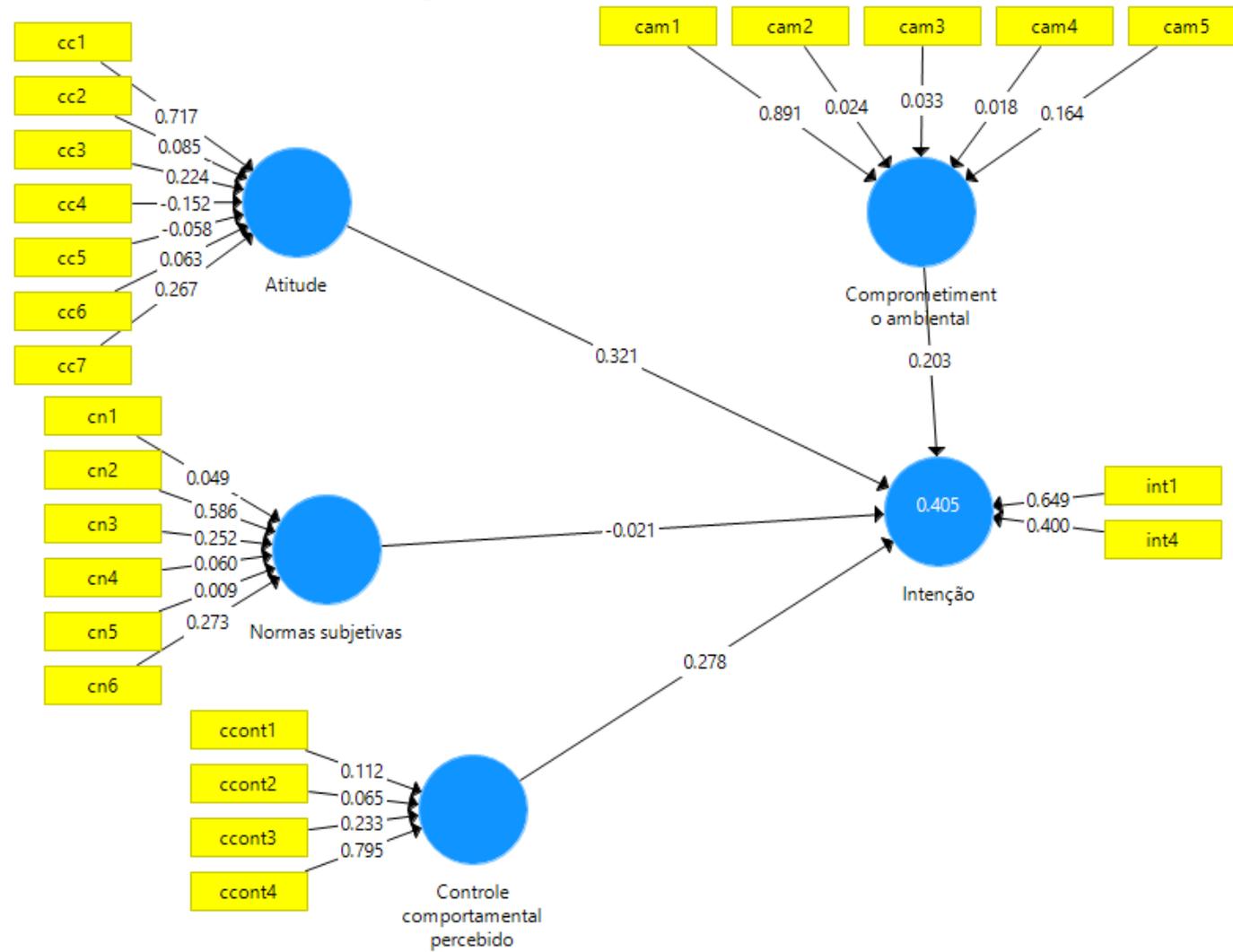
5.2.3 Resultados do Modelo Estrutural Formativo

O modelo formativo foi empregado com o objetivo de discernir quais crenças específicas exercem uma influência significativa sobre os construtos avaliados: normas subjetivas (NS), atitudes (ATT), controle comportamental percebido (CCP) e comprometimento ambiental COMPAM). Ao fazer isso, o modelo não apenas destacou quais fatores são determinantes em cada construto, mas também proporcionou uma compreensão detalhada de como essas crenças se interligam e contribuem para a formação geral das atitudes e percepções dos indivíduos. A Figura 11 apresenta a estrutura conceitual, enquanto a Tabela 7 apresenta os resultados estatísticos do modelo.

Na Tabela 7, adotamos o mesmo princípio analítico observado na Tabela 6, porém focamos na relação entre as crenças e os construtos no contexto do modelo formativo. Diferentemente do VIF, que mensura a multicolinearidade entre variáveis, a correlação interconstruto avalia a relação direta entre uma crença específica e um construto, como, por exemplo, o grau em que o contato com a natureza está associado ao comprometimento ambiental.

Neste modelo, as análises se concentraram na verificação da significância estatística das relações, utilizando o teste t e o p-valor para cada crença em relação ao construto que ela visa medir. Dito isso, a avaliação se deu a partir da influência externa que outras crenças ou construtos exercem sobre determinada variável e não avaliando sua carga interna. Portanto, para o modelo formativo, são essenciais o VIF, para verificar a multicolinearidade entre construtos, a correlação interconstruto, para entender a conexão entre crenças específicas e construtos, e o p-valor, para determinar a significância das relações observadas.

Figura 11: Modelo Estrutural Formativo



Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 7: Resultados do Modelo Estrutural Formativo

CRENÇAS AVALIADAS	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	TESTE T	VIF	CORRELAÇÃO INTER CONSTRUTO	P VALOR
Contato com a natureza -> COMPAM	0,883	0,046	19,321	1,317	0,983	0
Estrutura do ambiente -> COMPAM	0,024	0,07	0,338	1,18	0,225	0,736
Cultura local -> COMPAM	0,036	0,087	0,379	1,689	0,538	0,705
Preocupação Ambiental -> COMPAM	0,015	0,09	0,205	1,74	0,454	0,838
Povos tradicionais-> COMPAM	0,163	0,084	1,96	2,086	0,568	0,051
Inovação -> ATT	0,711	0,068	10,564	1,615	0,936	0
Amigos dos animais-> ATT	0,08	0,066	1,295	1,247	0,486	0,196
Planejamento-> ATT	0,22	0,077	2,92	1,393	0,585	0,004
Localização-> ATT	-0,154	0,072	2,101	1,443	0,234	0,036
Alimentos de qualidade-> ATT	-0,055	0,076	0,76	1,971	0,27	0,447
Hospedagem adequada-> ATT	0,063	0,08	0,787	1,983	0,269	0,431
Aprendizado-> ATT	0,267	0,072	3,706	1,549	0,711	0
Recursos financeiros -> PBC	0,111	0,084	1,323	1,47	0,514	0,186
Transporte disponível-> PBC	0,06	0,077	0,843	1,357	0,44	0,4
Tempo disponível -> PBC	0,231	0,089	2,637	1,399	0,655	0,009
Conhecimento sobre o ecoturismo-> PBC	0,791	0,059	13,412	1,319	0,957	0
Influencers -> NS	0,056	0,099	0,491	1,391	0,479	0,624
Estudantes/pesquisadores ambientais-> NS	0,552	0,161	3,64	2,292	0,935	0
Especialistas -> NS	0,258	0,172	1,47	2,31	0,831	0,142
Amigos -> NS	0,054	0,126	0,481	1,421	0,54	0,63
Sites de avaliação -> NS	0,006	0,133	0,07	1,412	0,482	0,944
Pessoas com mobilidade reduzida-> NS	0,274	0,119	2,303	1,345	0,666	0,022

Fonte: Elaborado pelo autor.

Legenda: $p < 0.01$.

Assim, para o construto “Comprometimento ambiental”, a crença ambiental significativa foi a crença “contato com a natureza”. Logo, as crenças: Estrutura do ambiente, Cultura local, Preocupação Ambiental, Povos tradicionais, não são consideradas como significativas. Os resultados obtidos estão alinhados com as teorias estabelecidas por Thibault e Kelley (1959)²² e por Rusbult (1983)²³, enfatizando a relevância desses conceitos teóricos no entendimento das dinâmicas de decisão e comportamento.

Além disso, como evidenciado por Ives *et al.* (2018), Yu *et al.* (2019), Liu *et al.* (2022), em que o contato com a natureza influencia o comprometimento ambiental do

²² A Teoria da Interdependência descreve como as decisões dentro das relações são influenciadas pela análise dos custos e benefícios percebidos. Esta teoria sugere que indivíduos engajam em comportamentos ou mantêm relações baseando-se em uma avaliação do que ganham *versus* o que perdem, procurando maximizar os benefícios enquanto minimizam os custos. No contexto de decisões como as relacionadas ao consumo de ecoturismo, essa teoria pode explicar como as pessoas escolhem baseadas em fatores como satisfação pessoal, impacto ambiental e custo-benefício percebidos das suas ações.

²³ O Modelo de Comprometimento é uma teoria que explica a dedicação de uma pessoa a uma determinada causa ou relação. Este modelo argumenta que o comprometimento cresce à medida que os indivíduos estão mais satisfeitos com a relação, quando investem mais nela e quando percebem menos atrações alternativas de qualidade. No contexto do consumo de ecoturismo, o comprometimento pode ser visto na disposição do consumidor de manter práticas sustentáveis de viagem, influenciado pela satisfação com experiências anteriores, o investimento emocional ou financeiro em tais práticas e a falta de opções alternativas que alinhem com seus valores ambientais.

indivíduo. Segundo Liu *et al.* (2022) por exemplo, salientam que o contato com a natureza é essencial para o bem-estar do indivíduo e o comportamento pró-ambiental, sob a forma de voluntariado para a conservação.

A literatura científica reforça a ideia de que o contato com a natureza oferece múltiplos benefícios tanto para os indivíduos quanto para a coletividade, como demonstram estudos de Taniguchi, Freeman e Richards (2005), Keniger *et al.* (2013), Capaldi, Dopko e Zelenski (2014) e Geng *et al.* (2015). Estes benefícios abrangem desde o bem-estar psicológico e a saúde física até a promoção de uma comunidade mais consciente e engajada com questões ambientais.

Em contrapartida, a desconexão com ambientes naturais pode contribuir para o agravamento dos problemas ambientais atuais, como sugere Kareiva (2008), que postula que essa distância experiencial da natureza pode ser uma das maiores ameaças ambientais enfrentadas pela sociedade contemporânea. Neste contexto, o fortalecimento do vínculo com a natureza surge não apenas como uma via de enriquecimento pessoal, mas também como um imperativo para a sustentabilidade global.

No que tange às crenças comportamentais, elas indicam que os consumidores apresentam uma atitude favorável para consumir o ecoturismo, pois acreditam que será uma atividade inovadora para eles, ou seja, diferente do turismo usualmente realizado. Além disso, o planejamento da viagem, a localização do destino e o aprendizado também se mostraram como crenças importantes para a atitude favorável desses consumidores.

A busca por atividades inovadoras é uma força motriz para o consumo de ecoturismo. Essa inovação é valorizada por oferecer experiências únicas e diferenciadas do turismo convencional, atendendo ao desejo de exclusividade e novidade que muitos turistas buscam. Como Chan (2021) enfatiza, a inovação no ecoturismo pode incluir a exploração de locais pouco conhecidos ou a participação em práticas turísticas que incorporam elementos culturais autênticos, contribuindo para uma experiência rica e memorável.

Além disso, é importante considerar o papel da sustentabilidade como uma inovação em si. Turistas modernos não apenas procuram novidades em termos de destinos e atividades, mas também em práticas que respeitam o meio ambiente e promovem a sustentabilidade (Kisi, 2019; Sorensen; Grindsted, 2021; Terkenli; Georgoula, 2022). Desta forma, atividades que demonstram responsabilidade ambiental e social se destacam como inovadoras, atraindo aqueles que valorizam a ética e a conservação na sua experiência de viagem.

Outro fator da inovação no ecoturismo pode ser visto através do desenvolvimento de tecnologias verdes e iniciativas que permitem uma exploração mais profunda dos ecossistemas sem causar danos (Stronza; Hunt; Fitzgerald, 2019; Baloch *et al.*, 2023). Tais práticas não só reforçam o compromisso com a preservação ambiental, mas também oferecem novas maneiras de vivenciar a natureza.

O planejamento da viagem é outro aspecto crucial na atitude favorável ao ecoturismo. Consumidores buscam organização e detalhamento nas ofertas de ecoturismo, o que reflete a importância de um itinerário bem estruturado e informações claras. Conforme Fennell (2002) e Drumm e Moore (2005) apontam, um planejamento eficaz facilita a compreensão do que a experiência ecoturística envolve, reduzindo a ansiedade e aumentando a antecipação positiva.

Vale destacar que o planejamento é essencial para que o turista possa reconhecer como um itinerário é em termos de estrutura, atrativos e demais possibilidades. Nesse contexto, um planejamento cuidadoso permite que os turistas estejam melhor preparados para o que encontrarão, potencializando o seu engajamento com as atividades e a cultura local (Rasoolimanesh *et al.*, 2021; Baloch *et al.*, 2023). Além disso, é importante que o planejamento considere as necessidades e os interesses do turista, mas respeite os limites do ambiente.

A localização do destino por sua vez, é um fator significativo nas crenças comportamentais relacionadas ao ecoturismo. Destinos com fácil acesso, mas que simultaneamente oferecem um escape do ambiente urbano, são particularmente atrativos. Mariapan *et al.* (2017) ilustram que a localização impacta diretamente na decisão do consumidor, com destinos ecoturísticos bem localizados proporcionando uma combinação ideal de isolamento e conectividade.

Outro ponto importante é que tratando-se do ecoturismo, a proximidade a áreas naturais intactas e biodiversas é altamente valorizada (Cetin; Sevik, 2016; Mariapan *et al.*, 2017; Sobhani *et al.*, 2023). Turistas ecológicos muitas vezes buscam destinos que não apenas proporcionem beleza natural, mas também oportunidades para interação autêntica com a vida selvagem e ecossistemas preservados. Destinos que oferecem essas experiências tendem a ser percebidos como mais autênticos e valiosos.

Por fim, o aprendizado emerge como uma crença comportamental influente. O ecoturismo é frequentemente associado a oportunidades educacionais sobre o meio ambiente e sustentabilidade. Mondino e Beery (2019) e Mustofa (2022) observam que o aprendizado enriquece a experiência do ecoturismo, conferindo um valor adicional que

transcende o lazer e contribui para a formação de uma consciência ambiental mais profunda.

Mondino e Beery (2019) acrescentam ainda que a dimensão educacional do ecoturismo é um elemento-chave que amplifica o valor da experiência para o turista. Esta abordagem pedagógica não só serve para informar e conscientizar sobre questões ecológicas e de sustentabilidade, mas também para fomentar um apreço mais profundo e um compromisso com a preservação do meio ambiente.

Adicionalmente, o aprendizado no ecoturismo não se limita ao conhecimento teórico; ele se estende a experiências práticas e vivenciais que permitem aos turistas uma compreensão tangível das complexidades e da fragilidade dos ecossistemas (Mustofa, 2022). A participação em atividades como plantio de árvores, programas de monitoramento de fauna ou caminhadas interpretativas com guias especializados são exemplos de como o aprendizado pode ser integrado de maneira efetiva ao ecoturismo, tornando a viagem uma experiência transformadora.

Já as crenças de controle, mostraram que o tempo disponível e o conhecimento, foram as crenças mais importantes para afetar o controle comportamental percebido. Como se sabe, o tempo disponível é um aspecto crucial que influencia a capacidade dos indivíduos de engajarem-se plenamente com qualquer atividade, inclusive o ecoturismo. No contexto do ecoturismo em específico, Fennell (2002) salienta que o tempo é fundamental para se ter uma boa experiência, pois podem realizar todas as atividades disponíveis.

Nesse sentido, a gestão eficaz do tempo não só possibilita a realização de todas as atividades oferecidas, mas também permite que o turista se desconecte da rotina acelerada e se reconecte com a natureza (Pham; Kahnh, 2020; Ismail *et al.*, 2021; Kim, Filimonau e Dickinson, 2023). Essa reconexão temporal e espacial é vital para a apreciação completa da biodiversidade e das práticas sustentáveis inerentes ao ecoturismo. Além disso, o tempo disponível pode facilitar o envolvimento com as comunidades locais, permitindo um intercâmbio cultural enriquecedor que fortalece a experiência do turista e promove uma compreensão mais profunda dos valores e desafios locais.

Por outro lado, o conhecimento sobre ecoturismo capacita os turistas a fazerem escolhas informadas que alinham suas atividades de lazer com os objetivos de conservação e sustentabilidade. Fang *et al.* (2018) e Xu *et al.* (2023) afirmam que o entendimento dos princípios do ecoturismo não só intensifica a experiência por meio de escolhas mais significativas, mas também estimula a consciência e a responsabilidade

ambiental. Essa postura consciente não só beneficia o meio ambiente, mas também enriquece a experiência do turista, permitindo uma interação mais autêntica e significativa com o destino.

Por fim, as crenças normativas mostram que os referentes mais importantes para os consumidores entrevistados foram os estudantes ou pesquisadores ambientais e as pessoas com mobilidade reduzida. Nesse sentido, destaca-se que o envolvimento de estudantes e pesquisadores ambientais no ecoturismo reflete uma tendência crescente em direção a viagens que são não apenas recreativas, mas também instrutivas e enriquecedoras (Hamilton, 2006; Sander, 2010; Mondino; Beery, 2019). Além disso, a presença desses indivíduos em destinos de ecoturismo serve como um importante catalisador para a educação ambiental, uma vez que eles frequentemente atuam como intermediários, comunicando conhecimento e conscientização sobre questões de sustentabilidade.

Já as pessoas com mobilidade reduzida, ressaltam a necessidade de acessibilidade e inclusão. A atenção a esse grupo garante que o ecoturismo seja uma atividade aberta a todos, independentemente de limitações físicas (Garrod, 2021; UNWTO, 2021; Benedetto, 2023). Nesse sentido, ao acomodar as necessidades de pessoas com mobilidade reduzida, os operadores de ecoturismo não apenas expandem seu mercado, mas também fortalecem a reputação do setor como uma indústria que valoriza a diversidade e a igualdade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta tese foi propor um modelo para analisar os níveis de intenção do turista brasileiro em consumir o ecoturismo a partir da TCP. Para tal, dividiu-se a pesquisa em duas etapas, uma qualitativa e outra quantitativa. Na etapa qualitativa, procurou-se extrair, por meio das narrativas dos participantes, as crenças subjacentes a cada um dos construtos investigados. Já na fase quantitativa, foram distribuídos questionários a uma amostra ampla e geograficamente diversificada no Brasil, com o objetivo de propor um modelo explicativo para as intenções de consumo dos turistas brasileiros em relação ao ecoturismo.

Os resultados da pesquisa destacam fatores essenciais que influenciam as intenções de consumo de ecoturismo no Brasil, evidenciando principalmente o papel do contato direto com a natureza, a acessibilidade da localização, a viabilidade do custo e o valor agregado da experiência ao turista. Além disso, os resultados evidenciam que, para os turistas, as recomendações de pessoas próximas e de confiança, tais como amigos e familiares, são fundamentais ao planejar uma viagem ecoturística. Da mesma forma, conselhos de especialistas ambientais e o acolhimento das necessidades de acessibilidade são tidos como influentes, mostrando que os turistas valorizam não só o endosso de seus círculos sociais, mas também a expertise técnica e a inclusão.

Vale destacar que o comprometimento ambiental, construto desenvolvido para a presente tese, mostrou-se significativo na intenção de consumo dos ecoturistas. Este construto captura a essência do ecoturismo como prática consciente e responsável. Tal construto destaca não apenas uma predisposição para escolher atividades de baixo impacto ambiental, mas também um alinhamento com os valores de sustentabilidade e conservação, cruciais para a manutenção dos ecossistemas naturais e para o apoio das comunidades locais.

Outro achado de destaque está relacionado a insignificância da imagem do destino afetiva e cognitiva. Isto porque, normalmente a imagem do destino emerge como um fator que afeta significativamente nas intenções de consumo, bem como no comportamento. Este resultado específico pode estar relacionado pelo fato de amostra estar mais interessada em estar em contato com a natureza, do que aspectos ligados à “estética” do destino. Além disso, este resultado sugere que para a realidade brasileira, a população te buscado hábitos mais atrelados aos princípios da sustentabilidade.

Dito isso, os resultados da pesquisa podem contribuir para diversos grupos de interesse. Para os gestores privados ligados ao ecoturismo, esses resultados sublinham a importância de implementar práticas que não apenas preservem o meio ambiente, mas que também sejam vantajosas para as comunidades locais. Vale destacar que, por meio da implementação desse tipo de prática, é possível criar um ecossistema turístico que beneficie todos os envolvidos, garantindo que as atividades ecoturísticas sejam uma fonte de crescimento econômico e, ao mesmo tempo, culturalmente respeitosa.

No que tange às contribuições para o setor público, os resultados podem auxiliar no aprimoramento de políticas públicas voltadas para a conservação ambiental e para a alocação estratégica de investimentos no ecoturismo, uma vez que esta atividade turística se mostra como um vetor potencial para o crescimento econômico sustentável de comunidades em regiões naturais.

Para a academia, os achados desta pesquisa enriquecem a Teoria do Comportamento Planejado aplicada ao contexto do ecoturismo, ao demonstrar como o comprometimento ambiental dos turistas potencializa suas intenções de engajamento com práticas turísticas sustentáveis. Essa correlação reforça a importância de estratégias que promovam a conscientização e a educação ambiental como elementos centrais na promoção do ecoturismo.

Outra contribuição acadêmica diz respeito à aplicação de uma abordagem metodológica mista, revelando ser uma abordagem fundamental para captar com profundidade as percepções dos consumidores acerca do ecoturismo. Destaca-se que esta combinação de métodos, quantitativos e qualitativos, possibilitou uma análise mais rica e multifacetada das atitudes e preferências, proporcionando uma compreensão abrangente dos fatores que motivam a escolha por práticas de turismo sustentável.

É importante destacar que mesmo que os resultados da presente pesquisa se mostrem relevantes para a melhor compreensão da intenção de consumo de atividades ecoturísticas por consumidores brasileiros, algumas limitações são destacadas. Primeiramente seria imprudente generalizar esses resultados para outros contextos sem considerar as peculiaridades culturais e comportamentais que são inerentemente variáveis de uma região para outra. Portanto, é vital que para outros territórios, sejam conduzidas novas pesquisas para discernir as características distintas que influenciam as intenções de consumo.

Um desafio adicional desta pesquisa relaciona-se com a complexidade inerente à teoria que a fundamenta (TCP). Esta complexidade manifesta-se durante o

desenvolvimento do questionário, exigindo uma série extensa de perguntas para validar adequadamente cada variável nos construtos examinados, resultando em um questionário que pode ser percebido como repetitivo e, por vezes, exaustivo para os respondentes, conforme feedback de alguns participantes.

Embora os resultados evidenciem os principais fatores que influenciam a disposição dos consumidores para o consumo de serviços ecoturísticos no Brasil, existem outras dimensões que requerem uma análise mais aprofundada. Dessa forma, sugere-se o desenvolvimento de futuras pesquisas em três áreas distintas e intrinsecamente relacionadas ao ecoturismo: mercadológica, financeira e social.

Nesse sentido, para os aspectos mercadológicos sugere-se pesquisas que tenham como finalidade explorar a efetividade de programas de fidelidade ecológica e a influência de certificações de sustentabilidade nas decisões de consumo dos turistas. Tais pesquisas levariam em consideração o comportamento dos consumidores evidenciados aqui, em que foi possível observar que a intenção de consumir o ecoturismo está muito atrelada ao conhecimento e preocupação do consumidor com o ambiente natural.

No que tange aos aspectos financeiros, sugere-se pesquisas possam avaliar os retornos financeiros para a comunidade local, bem como o quanto o ecoturismo contribuiu para o desenvolvimento local. Essas pesquisas poderiam validar características importantes também citadas aqui, tais como o aumento da renda individual de famílias locais, o desenvolvimento da região, além de uma melhor distribuição de renda entre os membros do território.

Por fim, para os aspectos sociais ligados ao ecoturismo, pesquisas com objetivo de avaliar como as pessoas do território percebem atividade ecoturística, principalmente na preservação de suas características culturais, poderia trazer resultados importantes para o desenvolvimento de uma atividade ecoturística inclusiva e respeitosa. Além disso, considerando que muitas áreas naturais são habitadas por povos tradicionais e originários, seria interessante a realização de pesquisas qualitativas que dessem voz para esses povos com objetivo de avaliar os impactos da atividade ecoturística na preservação dos saberes tradicionais desses povos.

REFERÊNCIAS

- ABBASI, G.A. *et al.* Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). **Spanish Journal of Marketing**. v. 25, n. 2, p. 280-307, 2021.
- ABDULLAH, M. *et al.* Ecotourism as tool for eradicating rural poverty in Peninsular Malaysia. **IOP Conference Series: Earth and Environmental Science**, v. 549, 012091, 2020.
- AGAPITO, D.; DO-VALLE, P.O; COSTA-MENDES, J. The cognitive-affective-conative model of destination image: a confirmatory analysis. **Journal of Travel & Tourism marketing**, v. 30, n. 5, p. 471-481, 2013.
- AGNEW, C.R. *et al.* From the interpersonal to the international: understanding the commitment to the “war on terror”. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 33, p. 1559-1571, 2007.
- AJZEN, I. From intention to actions: A theory of planned behavior. In: Kuhl, J. (Ed.), **Action control: From cognition to behavior** (p.11-39). New York: Springer, 1985.
- AJZEN, I. **Interactive TPB Model**, 2019. Disponível em: <<https://people.umass.edu/ajzen/tpb.diag.html#null-link>>. Acesso em 15 de out. de 2021.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior: frequently asked questions. **Human Behavior and Emerging Technologies**. n. 2, p. 314-324, 2020.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**. v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- AJZEN, I.; FISHBEIN, M. **Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior**. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, 1980.
- AKGÜN, A.E. *et al.* The relationships among nostalgic emotion, destination images and tourist behaviors: An empirical study of Istanbul. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 16, 100355, 2019.
- AL-DOSSARY, S.A. Why do college students cheat? A structural equation modeling validation of the theory of planned behavior. **International Education Studies**. v. 10, n. 8, p. 40-51, 2017.
- ALCÁZAR, M.C.H.; PIÑERO, M.S.; MAYA, S.R. The effect of user-generated content on tourist behavior: the mediating role of destination image. **Tourism and Management Studies**, v. 10, p. 158-164, 2014.
- ALMEIDA, L.M.L.D. *et al.* Current status, attractions, ad obstacles for ecotourism in protected areas of Amapá, Brazil. **Ambiente e Sociedade**, v. 25, 2022.
- AMAZONAS. **Amazonas é o melhor lugar do mundo para o ecoturismo, aponta a revista americana Forbes**. Disponível em: <<https://www.agenciaamazonas.am.gov.br/noticias/amazonas-e-o-melhor-lugar-do-mundo-para-o-ecoturismo-aponta-a-revista-americana-forbes/>>. Acesso em 13 nov. 2023.

- AN, L.T. *et al.* An evaluation of destination attractiveness for nature-based tourism: recommendations for the management of national parks in Vietnam. **Nature Conservation**, v. 32, p. 51-80, 2019.
- ANDERSON, T.W.; RUBIN, H. Statistical inference in factor analysis. In: **Proceedings of the Third Berkeley Symposium on Mathematical Statistics and Probability**. California: University of California Press, 1956.
- ANSARAH, M. G. R. Turismo e segmentação de mercado: novos segmentos. In: TRIGO, L.G.G. *et al.* (Ed.). **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.
- ARDOIN, N.M. *et al.* Nature-based tourism's impact on environmental knowledge, attitudes, and behavior: a review and analysis of the literature and potential future research. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 23, n. 6, p. 838-858, 2015.
- ARMITAGE, C.J.; TALIBUDEEN, L. Test of a brief theory of planned behavior-based intervention to promote adolescent safe sex intentions. **British Journal of Psychology**. v. 101, n. 1, p. 155-172, 2010.
- ARRIAGA, X.B.; AGNEW, C.R. Being Committed: Affective, Cognitive, and Conative Components of Relationship Commitment. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 27, n. 9, p. 1190–1203, 2001.
- ASHOK, S. *et al.* Developing ecotourism sustainability axiomization (ESM) model: a safe minimum standard for climate change mitigation in the Indian Himalayas. **Environmental Monitoring and Assessment**, v. 194, n. 12, 914, 2022.
- ASNAWI, A. Destination image of ecotourism in Maluku: a marketing perspective. **International Conference on Sustainable Utilization of Natural Resources 2020**, v. 800, 012057, 2021.
- ASTROM, A.N.; LIE, S.A.; GULCAN, F. Applying the theory of planned behavior to self-report dental attendance in Norwegian adults through structural equation modelling approach. **BMC Oral Health**. v. 18, n. 95, 2018.
- AURE, P.A. *et al.* Determinants of purchase intention toward social enterprise personal care brands: a PLS-SEM approach. **International Journal of Entrepreneurship**. v. 24, n. 1, 2020.
- BAIDYA, R.D. **16 different types of Tourism**: Globally accepted, 2021. Disponível em: <<https://www.theholidaystory.com/different-types-of-tourism/>>. Acesso em 20 de ago de 2021.
- BALOCH, Q.B. *et al.* Impact of tourism development upon environmental sustainability; a suggested framework for sustainable ecotourism. **Environmental Science and Pollution Research**, v. 30, p. 5917-5930, 2023.
- BALOCH, Q.B. *et al.* Impact of tourism development upon environmental sustainability: a suggested framework for sustainable ecotourism. **Environmental Science and Pollution Research**, v. 30, p. 5917-5930, 2023.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2015.

- BECKER, J.M.; KLEIN, K.; WETZELS, M. Hierarchical latent variable models in PLS-SEM: Guidelines for using reflective-formative type models. **Long Range Planning**, v. 45, p. 359-394, 2012.
- BEERLI, A.; MARTIN, J.D. Factors influencing destination image. **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 3, p. 657-681, 2004.
- BENEDETTO, G. Enabling a sustainable rural-tourism: the challenge of accessibility. In: **BIO Web of Conferences**. EDP Sciences, 2023. p. 03014.
- BENTLEY, T.A.; CATER, C.; PAGE, S.J. Adventure, and ecotourism safety in Queensland: operator experiences and practice. **Tourism Management**, v. 31, n. 5, p. 563-571, 2010.
- BERELSON, B. **Content Analysis in communication theory**. New York: Free Press, 1984.
- BJÖRK, P. Ecotourism from a conceptual perspective, an extended definition of a unique tourism form. **International journal of tourism research**, v. 2, n. 3, p. 189-202, 2000.
- BLAMEY, R.K. **Principles of Ecotourism: the Encyclopedia of Ecotourism**. New York: CAB International, 2001.
- BOTETZAGIAS, I.; DIMA, A.F.; MALESIOS, C. Extending the Theory of Planned Behavior in the context of recycling: The role of moral norms and of demographic predictors. **Resources, Conservation and Recycling**, v. 95, n. C, p. 58-67, 2015.
- BRASIL. **Anuário Estatístico de Turismo 2020**. Brasília: Ministério do Turismo, 2021a.
- BRASIL. **Centro Oeste é destino certo para turistas do Brasil e do mundo**, 2021b. Disponível em: <<https://www.gov.br/sudeco/pt-br/assuntos/noticias/2021/centro-oeste-e-destino-certo-para-turistas-do-brasil-e-do-mundo>>. Acesso em 16 de fev de 2022.
- BRASIL. **Turismo Rural: Orientações Básicas**. Brasília: Ministério do Turismo: 2010.
- BRIZOLLA, T. (Coord.). **Segmentação do turismo: marcos conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.
- BROCADO, A. Nature-based experiences in tree houses: guests' online reviews. **Tourism Review**, v. 74, n. 3, p. 310-326, 2019.
- BUTCHER, J. **Ecotourism, NGOs, and development: a critical analysis**. London: Routledge, 2007.
- CALLAGHAN, A. *et al.* The impact of green spaces on mental health in urban settings: a scoping review. **Journal of Mental Health**, v. 30, n. 2, p. 179-193, 2021.
- CAPALDI, C.A.; DOPKO, R.L.; ZELENSKI, J.M. The relationship between nature connectedness and happiness: a meta-analysis. **Frontiers in Psychology**, v. 5, 976, 2014.
- CARVACHE-FRANCO, M. *et al.* The role of motivations in the segmentation of ecotourism destinations: a study from Costa Rica. **Sustainability**, v. 13, n. 17, p. 9818, 2021.

CENTER FOR RESPONSIBLE TRAVEL – CREST. **The case for responsible travel: trends & statistics 2017**. Disponível em: < <https://www.responsibletravel.org/wp-content/uploads/sites/213/2021/03/trends-and-statistics-2017.pdf>>. Acesso em 27 jul. 2023.

CETIN, M.; SEVIK, H. Assessing potential Areas of Ecotourism through a case study in Ilgaz Mountain National Park. **Tourism-from empirical research towards practical application**, v. 190, p. 81-110, 2016.

CHAN, J.K.L. Conceptualization of ecotourism services experiences framework from the dimensions of motivation and quality of experiences: four realms of experience approach. In: COBANOGLU, C.; DELLA-CORTE, V. (Eds.). **Advances in Global services and retail management**, p. 1-14, 2021.

CHEN, M.F.; TUNG, P.J. Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. **International Journal of Hospitality Management**. v. 36, p. 221-230, 2014.

CHI, N.T.K.; PHAM, H. The moderating of eco-destination image in the travel motivations and ecotourism intention nexus. **Journal of Tourism Futures**, 2022.

CHIN, W.W. How to write up and report PLS analyses. In: ESPOSITO-VINZI, V. *et al.* **Handbook of Partial Least Squares**. Springer Handbooks of Computational Statistics, Springer: Berlin, 2010.

CHIU, Y.H.; LEE, W.; CHEN, T. environmentally responsible behavior in ecotourism: antecedents and implications. **Tourism Management**. v. 40, p. 321-329, 2014.

CHOI, Y.E. *et al.* Transformation planning of ecotourism systems to invigorate responsible tourism. **Sustainability**, v. 9, n. 12, 2248, 2017.

CNN. **Ecoturismo**: entenda o que é, impactos e onde pratica no Brasil. 2023.

Disponível em:

<<https://www.cnnbrasil.com.br/viagemgastronomia/viagem/ecoturismo/>>. Acesso em 27 jul. 2023.

COLANTUONO, A.C.S. de. **Eventos de negócios de APLs do estado de São Paulo**: processo de deslocalização para cidades de maior influência geográfica. 2019. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós- Graduação em Desenvolvimento Econômico. 230 p. Campinas: Unicamp, 2019.

COMPTON, J.L. An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. **Journal of Traves Research**, v. 17, n. 4, p. 18-23, 1979.

CORSINO, M.O.E.S. **Proposição de um instrumento de autoanálise de perfil empreendedor para gestores de empreendimento de turismo no espaço rural**. 2021. 236f. Tese (Doutorado em Administração). Programa de pós-graduação em Administração, Escola de Administração e Negócios, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2021.

COURVISANOS, J; JAIN, A. A framework for sustainable ecotourism: Application to Costa Rica. **Tourism and Hospitality Planning & Development**, v. 3, n. 2, p. 131-142, 2006.

- COY, A.E. *et al.* Commitment to the environment and students support for green campus initiatives. **Journal of Environmental Studies and Sciences**. v. 3, p. 49-55, 2013.
- CRESWELL, J.W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed, 2016.
- CRESWELL, J.W.; PLANO-CLARK, V.L. **Designing and conducting mixed methods research**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2007.
- DAIKELER, J.; BOSNJAK, M.; LOZAR, K.M. Web versus other survey modes: an updated and extended meta-analysis comparing response rates. **Journal of Survey Statistics and Methodology**. v. 8, n. 3, p. 513-539, 2020.
- DAS, M.; CHATTERJEE, B. Ecotourism: a panacea or a predicament? **Tourism Management Perspectives**, v. 14, p. 3-16, 2015.
- DAVIS, J.L.; GREEN, J.D.; REED, A. Interdependence with the environment: commitment, interconnectedness, and environmental behavior. **Journal of Environmental Psychology**. v. 29, 173-180, 2009.
- DAVIS, J.L.; LE, B.; COY, A.E. Interdependence with the environment: commitment, interconnectedness, and environmental behavior. **Journal of Environmental Psychology**. v. 31, n. 3, p. 257-265, 2011.
- DE-SOUSA, A.J.G.; KASTENHOLZ, E. Wind farms and the rural tourism experience: problem or possible productive integration? The views of visitors and residents of a Portuguese Village. **Journal of Sustainable Tourism**. v. 23, n. 8-9, p. 1236-1256, 2015.
- DEB, R.; ROUT, H.B. Identifying the determinants of ecotourism potential: an investigation of Reiek in Mizoram. **Journal of Tourism Insights**, v. 13, n. 13, 6, 2023.
- DEMING, A. The edges of the civilized world: tourism and the hunger for wild places. **Orion** v. 15, n. 2, p. 28–35, 1996.
- DEMO, P. **Pesquisa: Princípios científicos e educativos**. São Paulo: Cortez, 2000.
- DOMKE, A. *et al.* Plan pursuit in the context of daily fruit and vegetable consumption: the importance of cue detection and the execution of the planned behaviour for overall behaviour change. **British Journal of Health Psychology**, v. 27, n. 3, p. 1172-1187, 2022.
- DORNELES, O.C.C. *et al.* Reflexões sobre o Turismo de Saúde no Brasil e o diferencial da acreditação. *In: VI SEMINÁRIO DA ANPTUR – Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo*, 2009, São Paulo. **Anais do VI Seminário da ANPTUR**, São Paulo, 2009.
- DRUMM, A.; MOORE, A. **Ecotourism development: a manual for conservation planners and managers**. Virginia; The Nature Conservancy, 2005.
- DU, S. *et al.* Organic consumption behavior: a social identification perspective. **Food Quality and Preference**. v. 62, p. 190-198, 2017.
- DUONG, N.T.H. *et al.* WTPP for ecotourism: the impact of intention, perceived value, and materialism. **Journal of Hospitality and Tourism Insights**, v. 5, n. 5, p. 1034-1045, 2022.

DWYER, F.R.; SCHURR, P.H.; OH, S. Developing buyer-seller relationships. **Journal of Marketing**, v. 51, n. 2, p. 11-27, 1987.

ECHTNER, C.M.; RITCHIE, J.B. The meaning and measurement of destination image: **Journal of Tourism Studies**, v. 14, n. 1, p. 37-48, 2003.

ESTADO DE MINAS. **Ecoturismo poderia gerar quase 1 milhão de empregos, aponta estudo**. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/turismo/2021/07/19/interna_turismo,1288003/ecoturismo-poderia-gerar-quase-1-milhao-de-empregos-aponta-estudo.shtml>. Acesso em 13 nov. 2023.

FAUSTINO-DIAS, A.F. **Obesogenicidade no Brasil: uma análise das políticas públicas segundo o Nourishing Framework**. Dissertação (Mestrado em Administração). 142f. 2019. Programa de Pós-Graduação Stricto-Sensu em Administração, Escola de Administração e Negócios, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2019.

FAUSTINO-DIAS, A.F.; SPANHOL-FINOCCHIO, C.S.; MARIANI, M.A.P. Escaneamento das políticas públicas brasileiras de alimentação a partir do “Nourishing Framework”. **Economia e Região**, v. 10, n. 1, p. 53-65, 2022.

FENNELL, D. **Ecotourism**: Third Edition. New York: Taylor & Francis, 2008.

FENNELL, D.A. **Ecotourism Programme Planning**. New York: CABI Publishing, 2002.

FÉRIAS VIVAS. **Perigo nas cachoeiras**. Disponível em: <<https://www.feriasvivas.org.br/cachoeiras-do-brasil-em-seguranca-conheca-as-8-regras-de-ouro/>>. Acesso em 19 nov. 2023.

FISHBEIN, M.; AJZEN, I. **Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research**. Reading: Addison-Wesley, 1975.

FLETCHER, R. Ecotourism after nature; anthropocene tourism as a new capitalist “fix”. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 27, n. 4, p. 522-535, 2019.

FOTIADIS, A. *et al.* The impact of EU sponsorship, size, and geographic characteristics on rural tourism development. **Sustainability**. v. 11, n. 8, 2019.

FREITAS, H.; CUNHA-JR, M.; MOSCAROLA, J. Pelo resgate de alguns princípios da análise de conteúdo: aplicação prática qualitativa em marketing. Angra dos Reis – RJ: **Anais do 20º ENANPAD**, ANPAD, Marketing, 23-25 de setembro, p. 467-487.

FROCHOT, I. A benefit segmentation of tourist in rural areas: a Scottish perspective. **Tourism Management**. v. 26, n. 2, p. 335-346, 2005.

FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL – FUNDTUR/MS. **Mato Grosso do Sul: uma vida inteira de belezas naturais**, 2015. Disponível em: <<https://www.turismo.ms.gov.br/mato-grosso-do-sul-uma-vida-inteira-de-belezas-naturais/>>. Acesso em 15 de março de 2021.

GAO, J.; WU, B. Revitalizing traditional villages through rural tourism: a case study of yuanjia village, shaanxi province, China. **Tourism Management**. v. 63, p. 223, 233, 2017.

- GARROD, B. Ecotourism and accessibility for persons with disabilities from. In: FENNELL, D.A. **Routledge Handbook of Ecotourism**. Abingdon: Routledge, 2021.
- GARTNER, W.C. Image formation process. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 2, n. 2-3, p. 191–216, 1994.
- GARVIS, S. *et al.* A content analysis of early childhood teachers' theoretical and practical experiences with infants and toddlers in Australian teacher education programs. **Australian Journal of Teacher Education**, v. 38, n. 9, p. 25-36, 2013.
- GAVUROVA, B. *et al.* The relationship between destination image and destination safety during technological and social changes COVID-19 pandemic. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 191, 122488, 2023.
- GEFEN, D.; STRAUB, D; BOUDREAU, MC. Structural Equation modeling and regression: guidelines for research practice. **Communications of AIS**. v. 4, n. 7, p. 2-76, 2000.
- GENG, L. *et al.* Connections with nature and environmental behaviors. **Plos One**, v. 10, n. 5, e0127247, 2015.
- GHORBANI, A. *et al.* Tourists-generated photographs in online media and tourism destination choice: the case of Shiraz metropolis in Iran. **Cogent Social Sciences**, v. 9, 2225336, 2023.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- GILBERT, D. Rural tourism, and marketing: synthesis and new ways of working. **Tourism Management**. v. 10, n. 1, p. 39-50, 1989.
- GODOY, A.S. A pesquisa qualitativa e sua utilização em administração de empresas. **RAE**, v. 35, n. 4, p. 65-71, 1995.
- GOODWIN, H. In Pursuit of Ecotourism. **Biodiversity and Conservation**, v. 5, n. 3, p. 277-291, 1996.
- GREFFE, X. Is rural tourism a lever for economic and social development? **Journal of Sustainable Tourism**. v. 2, n. 1-2, p. 22-40, 1994.
- GUAN, J.; GAO, J. ZHANG, C. Food heritagization and sustainable rural tourism destination: the case of China`s yuanjia village. **Sustainability**. v. 11, n. 10, p. 2858, 2019.
- GUIN, T.D. *et al.* Myths and realities of respondent engagement in online surveys. **International Journal of Market Research**. v. 54, n. 5, p. 613-633, 2012.
- GULATI, R. Alliances, and networks. **Strategic Management Journal**, v. 19, p. 293-317, 1998.
- HAARHOFF, R. Tourist perceptions of factors influencing destination image: a case study of selected Kimberley resorts. **African Journal of Hospitality, Tourism and leisure**, v. 7, n. 4, 2018.
- HAIR, JF., *et al.* **Análise multivariada de dados**. 5^a ed., Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAIR, JF., *et al.* Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. **European business review**, v. 26, n. 2, p. 106-121, 2014.

HAIR, JF., *et al.* **Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook.** Springer Nature, 2021.

HAMILTON, R.A. **Educational interpretive programs for ecotourism destinations.** Theses (Master of Arts in Education: Environmental Education). Faculty of California State University, San Bernardino, 2006.

HAN, H.; YOON, H.J. Hotel customers' environmentally responsible behavioral intention: impact of key constructs on decision in green consumerism. **International Journal of Hospitality Management**. v. 45, p. 22-33, 2015.

HANSEN, T. *et al.* How the interplay between consumer motivations and values influences organic food identity and behavior? **Food Policy**. v. 74, p. 39-52, 2018.

HANZAEI, K.H.; RAMEZANI, M.R. Intention to halal products in the world markets. **Interdisciplinary Journal of Research Business**. v. 1, n. 5, p. 1-7, 2011.

HARMAN, H. **Modern factor analysis.** Chicago: University of Chicago Press, 1960.

HARRILL, R. *et al.* Na exploratory attitude and belief analysis of ecotourists' destination image assessments and behavioral intentions. **Sustainability**, v. 15, n. 14, 11349, 2023.

HEDLUND, T. The impact of values, environmental concern, and willingness to accept economic sacrifices to protect the environment on tourists' intentions to buy ecologically sustainable tourism alternatives. **Tourism and Hospitality Research**. v. 11, n. 4, p. 278-288, 2011.

HEDLUND, T.; MARELL, A.; GARLING, T. The mediating effect of value orientation on the relationship between socio-demographic factors and environmental concern in Swedish tourists' vacation choices. **Journal of Ecotourism**. v. 11, n. 1, p. 16-33, 2012.

HOANG, S.D. *et al.* Investigating the antecedents of ecotourism and destination loyalty among Vietnamese tourists: an expectation-confirmation perspective. **Global Business Review**, 2023.

HOANG, S.D.; NGUYEN, D.T.N.; PHAM, M. Factor affecting ecotourism loyalty with the moderating role of social influence: empirical evidence in Vietnam. **GeoJournal of Tourism and Geosites**, v. 43, n. 3, p. 946-954, 2022.

HOCKETT, D.; LOBER, D.J.; PILGRIM, K. Determinants of per capita municipal. Solid waste generation in the Southeastern United States. **Journal of Environmental Management**, v. 45, n. 3, p. 205-217, 1995.

HONJO, K.; KUBO, T. Social dilemmas in nature-based tourism depend on social value orientations. **Scientific Reports**, v. 10, 3730, 2020.

HUANG, Y.C.; LIU, C.H.S. Moderating and mediating roles of environmental concern and ecotourism experience for revisit intention. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 29, n.7, p.1854-1872, 2017.

- HUTMAN, M.; KAZEMINIA, A.; GHASEMI, V. Intention to visit and willingness to pay premium for ecotourism: the impact of attitude, materialism, and motivation. **Journal of Business Research**. v. 68, n. 9, p. 1854-1861, 2015.
- ISMAIL, F. *et al.* Past, present, and future of ecotourism: a systematic literature review from last decade. **Estudios de Economía Aplicada**, v. 39, n. 4, 2021.
- ISMAIL, S.; MOKHTAR, S.S.M. Moderating role of perceived benefit on the relationship between attitude and actual purchase. **International Review of Management and Marketing**. v. 6, n. S7, p. 22-28, 2016.
- ISSAC, P.D. Linear regression, structural relations, and measurement errors. **Psychological Bulletin**. v. 74, p. 213-218, 1970.
- IVES, C.D. *et al.* Reconnecting with nature for sustainability. **Sustainability Science**, v. 13, p. 1389-1397, 2018.
- JEBBOURI, A. *et al.* Impact of destination image formation on tourist trust: mediating role of tourist satisfaction. **Frontiers in Psychology**, v. 13, 845538, 2023.
- JENNRICH, R.I.; CLARKSON, D.B. A feasible method for standard errors of estimate in maximum likelihood factor analysis. **Psychometrika**. v. 45, p. 237-247, 1980.
- JENNRICH, R.I.; SAMPSON, P.F. Rotation for simple loadings. **Psychometrika**. v. 31, p. 313-323, 1966.
- JOO, Y.; SEOK, H.; NAM, Y. The moderating effect of social media use on sustainable rural tourism: a theory of planned behavior model. **Sustainability**. v. 12, n. 4095, p. 113-126, 2020.
- JUDSON, B.J. Waterfalls, Science, and aesthetics. **Journal of Cultural Geography**, v. 30, n. 3, p. 356-379, 2013.
- KAISER, H.F. The varimax criterion for analytic rotation in factor analysis. **Psychometrika**. v. 23, p. 187-200, 1958.
- KANWELM, S. *et al.* The influence of destination image on tourist loyalty and intention to visit: testing a multiple mediation approach. **Sustainability**, v. 11, n. 22, 6401, 2019.
- KAREIVA, P. Ominous trends in nature recreation. **Proceedings of The National Academy of Sciences**, v. 105, n. 8, p. 2757-2758, 2008.
- KARIMI, S.; SAGHALEINI, A. Factors influencing ranchers' intentions to conserve rangelands through an extended theory of planned behavior. **Global Ecology and Conservation**. v. 26, e01513, 2021.
- KAZIIMMINIA, A.; HULTMAN, M.; MMOSTAGHEL, R. Wht pay more for sustainable services? The case of ecotourism. **Journal of Business Research**, v. 69, n. 11, p. 4992-4997, 2016.
- KELLEY, H.H.; THIBAUT, J.E. **Interpersonal relations: A theory of interdependence**. New York, NY: Wiley, 1978.
- KENINGER, L.E. *et al.* What are the benefits of interacting with nature? **International Journal of Environmental Research**, v. 10, n. 3, p. 913-935, 2013.

- KERSTETTER, D.L.; HOU, J.S.; LIN, C.H. Profiling Taiwanese ecotourists using a behavioral approach. **Tourism Management**. v. 25, n. 4, p. 491-498, 2004.
- KHAN, A. *et al.* Tourism and development in developing economies: a policy implication perspective. **Sustainability**. v. 12, 1618, 2020.
- KHARTISHVILI, L. *et al.* Rural tourism in Georgia in transition: challenges for regional sustainability. **Sustainability**. v. 11, n.2, 2019.
- KILIPIIRI, E.; PAPAIOANNOU, E.; KOTZAIVAZOGLOU, I. Social media and influencer marketing for promoting sustainable tourism destinations: the Instagram case. **Sustainability**, v. 15, n. 8, 6374, 2023.
- KIM, H.; KARPOVA, E. Consumer attitudes toward fashion counterfeits: application of the theory of planned behavior. **Clothing and Textiles Research Journal**. v. 28, n. 2, p. 79-94, 2010.
- KIM, K. *et al.* Structural relationship between ecotourism motivation, satisfaction, place attachment, and environmentally responsible behavior intention in nature-based camping. **Sustainability**, v. 15, n. 1, 8668, 2023.
- KIM, S. FILIMONAU, V.; DICKINSON, J.E. Tourist perception of the value of time on holidays: implications for the time use rebound effect and sustainable travel practice. **Journal of Travel Research**, v. 62, n. 2, p. 362-381, 2023.
- KISI, N. A strategic approach to sustainable tourism development using the A'WOT hybrid method: a case study of Zonguldak, Turkey. **Sustainability**, v. 11, n. 4, 964, 2019.
- KOLIOTASI, A.S.; ABELIOTIS, K.; TSARTAS, P.G. Understanding the impact of waste management on a destination's image: a stakeholders' perspective. **Tourism and Hospitality**, v. 4, n. 1, p. 38-50, 2023.
- KOMPPULA, R. The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination: a case study. **Tourism Management**. v. 40, p. 361-371, 2014.
- KORTOCI, Y.; KORTOCI, M. The assessment of the rural tourism development in the Valbona Valley National Park. **Tourism Economics**. v. 23, n. 8, p. 1662-1672, 2017.
- KOSLOWSKY, M.; KLUGER, A. Commitment to participation in musical activities: an extension and application of the investment model. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 16, n. 9, p. 831-844, 1986.
- KOTCHEN, M.J.; REILING, S.D. Environmental attitudes, motivations, and contingent valuation of nonuse values: a case study involving endangered species. **Ecological Economics**. v. 32, n. 1, p. 93-107, 2000.
- KRISHNA, S.H. *et al.* Impact of nature-based tourism on physical & mental health of patients. **Journal of Re Attach Therapy and Developmental Diversities**, v. 6, n. 10s, p. 347-357, 2023.
- KRONENBERG, J. Birdwatchers' wonderland? Prospects for the development of birdwatching tourism in Poland. **Journal of Ecotourism**, v. 15, n. 1, p. 78-94, 2016.

- KUDESZIA, C.; KUMAR, A. Social eWOM: does it affect the brand attitude and purchase intention of brands? **Management Research Review**, v. 40, n. 3, p. 310–330, 2017.
- KUHL, J. From Cognition to Behavior: Perspectives for Future Research on Action Control. In: KUHL, J.; BECKMANN, J. (eds.) **Action Control**. SSSP Springer Series in Social Psychology. Springer, Berlin, Heidelberg, 1985.
- KUMAR, S. Technology, and innovation: changing concept of rural tourism: a systematic review. **Open Geosciences**. v. 12, n.1, p. 737-752, 2020.
- KUNJURAMAN, V.; HUSSIN, R.; AZIZ, R.C. Community-based ecotourism as a social transformation tool for rural community: a victory or a quagmire? **Journal of Outdoor Recreation and Tourism**, v. 39, 100524, 2022.
- LAM, T.; HSU, C.H. Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. **Tourism Management**. v. 27, n. 4, p. 589-599, 2006.
- LAM, T.; HSU, C.H. Theory of planned behaviour: potential travellers from China. **Journal of Hospitality and Tourism Research**, v. 28, n. 4, p. 463–482, 2004.
- LANE, B. What is rural tourism? **Journal of Sustainable Tourism**. v. 2, n. 1-2, p. 7-21, 1994.
- LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1999.
- LAWLEY, D.N. Estimation in factor analysis under various initial assumption. **British Journal of Statistical Psychology**. v. 11, p. 1-12, 1958.
- LE, B.; AGNEW, C.R. Commitment, and its theorized determinants: a meta-analysis of the investment model. **Personal Relationships**, v. 10, n. 1, p. 37-57, 2003.
- LEE, W.H.; MOSCARDO, G. Understanding the impact of ecotourism resort experiences on tourists' environmental attitudes and behavioural intentions. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 13, n. 6, p. 546-565, 2005.
- LEINER, D.J. Our research's breadth lives on convenience samples. A case study of the online respondent pool "SoSci Panel." **Studies in Communication**. v. 5, n. 4, p. 367-396, 2016.
- LI, T.; LIU, F.; SOUTAR, G.N. Experiences, post-trip destination image, satisfaction, and loyalty: a study in an ecotourism context. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 19, 100547, 2021.
- LI, Y. *et al.* Keep it real: assessing destination image congruence and its impact on tourist experience evaluations. **Tourism Management**, v. 97, 104736, 2023.
- LIN, X.; HUANG, D. The effect of psychological factor and ecotourism on resident's ecological behavior in National Park in China. **Polish Journal of Environmental Studies**. v. 30, n. 3, p. 2191-2201, 2021.
- LISKA, A. E. A critical examination of the causal structure of the Fishbein/Ajzen attitude-behavior model. **Social Psychology Quarterly**, v. 47, n. 1, p. 61–74, 1984.
- LIU, C. *et al.* Analyzing government role in rural tourism development: an empirical investigation from China. **Journal of Rural Studies**. v. 79, p. 177-188, 2020.

- LIU, Y. *et al.* Nature connection, pro-environmental behaviours and wellbeing: understanding the mediating role of nature contact. **Landscape and Urban Planning**, v. 228, 104550, 2022.
- LOCK, S. **Market size of the ecotourism sector worldwide in 2019, with a forecast for 2027**, 2021. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/1221034/ecotourism-market-size-global/#statisticContainer>>. Acesso em 20 de ago de 2021.
- LOKHORST, A.M. *et al.* Commitment and behavior change: a meta-analysis and critical review of commitment-making strategies in environmental research. **Environment and Behavior**, v. 45, n. 1, p. 3-34, 2013.
- LONG, N.T.; NGUYEN, T.L. Sustainable development of rural tourism in a giang province, Vietnam. **Sustainability**. v. 10, n. 4, 2018.
- LOPES, S.D.F. Destination image: origins, developments, and implications. **Revista de Turismo de Patrimônio Cultural**, v. 9, n. 2, p. 305-315, 2011.
- LU, A.C.C.; GURSOY, D.; DEL-CHIAPPA, G. The influence of materialism on ecotourism attitudes and behaviors. **Journal of Travel Research**, v. 55, n. 2, p. 176-189, 2014.
- LUO, Y.L.; DENG, J. The new environmental paradigm and nature-based tourism motivation. **Journal of Travel Research**, v. 46, n. 4, p. 392-402, 2008.
- MACKENZIE, S.B.; PODSAKOFF, P.M.; PODSAKOFF, N.P. Construct measurement and validation procedures in MIS and behavioral research: Integrating new and existing techniques. **MIS quarterly**, p. 293-334, 2011.
- MANDESE, J. New study finds green confusion. **Advertising Age**. v. 62, n. 45, p. 1-56, 1991.
- MANGANELLO, J.; BLAKE, N. A study of quantitative content analysis of health messages in US media from 1985-2005. **Health Communication**, v. 25, n. 5, p. 387-396, 2010.
- MANOMAIVIBOOL, P. Wasteful tourism in developing economy? A presente situation and sustainable scenarios. **Resources, Conservation and Recycling**, v. 103, p. 69-76, 2015.
- MANZOOR, F. *et al.* The contribution of sustainable tourism to economic growth and employment in Pakistan. **International Journal of Environmental Research and Public Health**. v. 16, n. 19, p. 3785, 2019.
- MARCONI, MA; LAKATOS, EM. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6ª ed., São Paulo: Atlas, 2007.
- MARIAPAN, M. *et al.* **Ecotourism potentials in Malaysia**. Selangor: Universiti Putra Malaysia, 2017.
- MARKOV, Z.; LAROSE, D.T. **Data mining the web: uncovering patterns in web content, structure, and usage**. New Jersey: John Wiley & Sons, 2007.
- MARTINEZ, J.M.G. An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. **Journal of Business Research**. v. 100, p. 165-174, 2019.

- MARTINS, A.M.; CRÓ, S. The impact of tourism on solid waste generation and management cost in Madeira Island for the period 1996-2018. **Sustainability**, v. 13, 5238, 2021.
- MARTINS, G.A.; PINTO, R.L. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos**. São Paulo: Atlas, 2001.
- MARZO-NAVARRO, M. Desarrollo del turismo rural integrado desde la perspectiva de los residentes: modelo propuesto. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**. v. 15, n. 4, p. 841-859, 2017.
- MATO GROSSO DO SUL. **Bonito é eleito o melhor destino de ecoturismo do Brasil pela 16ª vez**. 2020. Disponível em: <<https://www.turismo.ms.gov.br/bonito-e-eleito-o-melhor-destino-de-ecoturismo-do-brasil-pela-16a-vez/>>. Acesso em 27 jul. 2023.
- MATO GROSSO. **Pantanal Mato-grossense pode liderar o ecoturismo na Europa em quatro anos**, 2016. Disponível em: <<http://www.mt.gov.br/-/3962666-pantanal-mato-grossense-pode-liderar-o-ecoturismo-na-europa-em-quatro-anos>>. Acesso em 15 de março de 2021.
- MATTAR, F.N. **Pesquisa de marketing**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- MONDINO, E.; BEERY, T. Ecotourism as a learning tool for sustainable development. The case of Monviso Transboundary Biosphere Reserve, Italy. **Journal of Ecotourism**, v. 18, n. 2, p. 107-121, 2019.
- MOORMAN, C.; ZALTMAN, G.; DESHPANDE, R. Relationships between providers and users of market research: the dynamics of trust within and between organizations. **Journal of Marketing Research**, v. 29, n. 3, p. 314-328, 1992.
- MOREIRA, J.M. **Questionários: teoria e prática**. Coimbra: Almedina, 2004.
- MORGAN, R.M.; HUNT, S.D. The commitment-trust theory of relationship marketing. **Journal of Marketing**, v. 58, n. 3, p. 20-38, 1994.
- MOSIER, C.I. Determining a simple structure when loadings for certain tests are known. **Psychometrika**. v. 4, p. 149-162, 1939.
- MOSTAFA, M.M. Gender differences in Egyptian consumers' green purchase behaviour: the effects of environmental knowledge, concern, and attitude. **International Journal of Consumer Studies**. v. 31, n. 3, p. 220-229, 2007.
- MUSTOFA, M.A. The role of ecotourism in the social and economic field. **2nd Basic and Applied Science Conference (BASC)**, v. 2022, p. 65-73, 2022.
- NASCIMENTO, A.R.F.; MENANDRO, P.R.M. Análise lexical e análise de conteúdo: uma proposta de utilização conjugada. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 6, n. 2, p. 72-88, 2006.
- NEUTS, B. *et al.* Market segmentation and their potential economic impacts in an ecotourism destination: an applied modelling study on Hokkaido, Japan. **Tourism Economics**, v. 22, n. 4, p. 793-808, 2016.
- NEVEZ, C.; AUGUSTO, C.; TERRA, A.L. Questionários online: análise comparativa de ferramentas para a criação e aplicação de e-surveys. **AToZ: novas práticas em informação em conhecimento**. v. 9, n. 2, p. 69-78, 2020.

- NICOLA, A.; MCKENNA, A. Rural tourism in the heart of England. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. v. 10, n. 5, p. 203-207, 1998.
- OPPERMANN, M. Rural tourism in Southern Germany. **Annals of Tourism Research**. v. 23, n. 1, p. 86-102, 1996.
- ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). **OMS declara fim da emergência de saúde pública de importância internacional referente à COVID-19**. 05 MAI. 2023. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente>>. Acesso em 25 jul. 2023.
- PAÇO, A.; ALVES, H.; NUNES, C. Ecotourism from both: hotel and tourists' perspective. **Interdisciplinary Approach to Economics and Sociology**, v. 5, n. 2, p. 132-142, 2012.
- PAHRUDIN, P.; CHEN, C.T.; LIU, L.W. A modified theory of planned behavioral: a case of tourist intention to visit a destination post pandemic Covid-19 in Indonesia. **Heliyon**. v. 7, e08230, 2021.
- PALMER, T.; RIERA, A. Tourism and environmental taxes with special reference to the "balearic ecotax". **Tourism Management**, v. 24, n. 6, p. 665-674, 2003.
- PAN, J.L. *et al.* Anticipating Z-generation tourists' green hotel visit intention utilizing and extended theory of planned behavior. **Frontiers in Psychology**, v. 13, 2022.
- PARÁ. **Governo do Estado fomenta turismo gastronômico e de natureza no Pará**. Disponível em: <<https://agenciapara.com.br/noticia/47668/governo-do-estado-fomenta-turismo-gastronomico-e-de-natureza-no-para>>. Acesso em 13 nov. 2023.
- PARIZOT, I. A pesquisa por questionário. In: **A pesquisa sociológica**. Petrópolis: Vozes, 2015, p. 85-101.
- PAUL, J. *et al.* Predicting green product consumption using the theory of planned behavior and reasoned action. **Journal of Retailing and Consumer Services**. v. 29, p. 123-134, 2016.
- PERALES, R.M.Y. Rural tourism in Spain. **Annals of Tourism Research**. v. 29, n. 4, p. 1101-1110, 2002.
- PEREIRA, A.S.; BIGÓIS, L.; OLIVEIRA, J.B. Modelagem de equação estrutural: uma análise com o SMART PLS 2.0 M3®. **Texto para Discussão**, n. 07, 2019.
- PETROVIC, M.D. *et al.* Tourism as an approach to sustainable rural development in post-socialist countries: a comparative study of Serbia and Slovenia. **Sustainability**. v. 10, n.1, p. 54, 2018.
- PHAM, H.S.P.; KHANH, C.N.T. Ecotourism intention: the roles of environmental concern, time perspective and destination image. **Tourism Review**, v. 76, n. 5, p. 1141-1153, 2021.
- PIKE, S.; RYAN, C. Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective, and conative perceptions. **Journal of Travel Research**, v. 42, n. 4, p. 333-342, 2004.
- PINA, L.P.A.; DELFA, M.T.D. Rural tourism demand by type of accommodation. **Tourism Management**. v. 26, n. 6, p. 951-959, 2005.

- PINTASSILGO, P.; SILVA, J.A. Tragedy of the commons in the tourism accommodation industry. **Tourism Economics**, v. 13, n. 2, p. 209-224, 2007.
- PODOVAC, M.; TONCEV, M.J. The importance of sustainable rural tourism development in Serbia. In: International Scientific Conference on ICT and e-business related research, 2016. **Anais [...]** Belgrade, 2016.
- POLO, A.I. **La orientación al mercado en el sector del turismo rural**: efectos em los resultados de la actividad empresarial y el valor percebido por el mercado. Tese (Doutorado). Universidade de Granada, Granada, Espanha, 2010.
- POLUKHINA, A. *et al.* The concept of sustainable rural tourism development in the face of COVID-19 crisis: evidence from Russia. **Journal of Risk and Financial Management**. v.14, n.38, 2021.
- PRASAD, R.K.; JHA, M.K. Consumer. Buying decision models: a descriptive study. **International Journal of Innovation and Applied Studies**, v. 6, n. 3, p. 335-351, 2014.
- PUTNAM, D.E. *et al.* Enhancing commitment improves adherence to a medical regimen. **Journal of Consulting and Clinical Psychology**, v. 62, n. 1, p. 191-194, 1994.
- QUARANTA, G.; CITRO, E.; SALVIA, R. Economic and social sustainable synergies to promote innovations in rural tourism and local development. **Sustainability**. v. 8, n. 7, p. 668, 2016.
- RAHAYU, S.; VEDY, N.K.; GUMANTI, M. Driving ecotourism loyalty through destination image, satisfaction, and motivation. **Journal of Business and Information System**, v. 5, n. 1, p. 123-135, 2023.
- RAMAYAH, T.; LEE, J.W.C.; MOHAMAD, O. Green product purchase intention: some insights from a developing country. **Resources, Conservation and Recycling**. v. 54, n. 12, p. 1419-1427, 2010.
- RASOOLIMANESH, S.M. *et al.* Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 21, 100621, 2021.
- REINARTZ, W.L.; HAENLEIN, M.; HENSELER, J. **An Empirical Comparison of the Efficacy of Covariance-Based and Variance-Based SEM**. INSEAD Working Paper No. 2009/44/MKT, 2009.
- RENG, L. *et al.* Changing roles of four guides: from “agent to serve” to “agent to change”. **Tourist Studies**, 2023.
- RICHARDSON, R.J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2017.
- RINGLE, C.M.; DA-SILVA, D.; BIDO, D.S. Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. **REMark-Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 2, p. 56-73, 2014.
- ROBERTS, J.A. Green consumers in the 1990s: profile and implications for advertising. **Journal of Business Research**, v. 36, p. 217-231, 1996.

ROQUE, A. M.; VIVAN, A. M. O turismo no espaço rural: uma estratégia para a nova gestão rural brasileira. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 1, n. 1, jan./jun. 1999.

ROSCIONI, F. *et al.* Ecotourism integrated approach for coastal zone management. In: Land-Sea Interreg Europe: Sustainability of the land-sea system for ecotourism strategies. **Thematic Paper I**, 2019.

ROSETA, P.; SOUSA, B.R.; ROSETA, L. Determiners in the consumer's purchase decision process in ecotourism context: a portuguese case study. **Geosciences**, v. 10, n. 6, 224, 2020.

RUSBULT, C.E. A longitudinal test of the investment model: The development (and deterioration) of satisfaction and commitment in heterosexual involvements. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 45, n. 1, p. 101–117, 1983.

RUSBULT, C.E. Commitment and satisfaction in romantic associations: a test of the investment model. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 16, n. 2, p. 172–186, 1980.

RUSBULT, C.E. *et al.* Commitment and relationship maintenance mechanisms. In: Harvey, J.; Wenzel, A. (Eds.). **Close romantic relationships: Maintenance and enhancement** (pp. 87–113). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

RUSSO, D.A. *et al.* Use of the Theory of Planned Behaviour to assess factors influencing the identification of students at clinical high-risk for psychosis in 16+ Education. **BMC Health Services Research**, v. 15, n. 411, 2015.

SALMAN, A. *et al.* Ecotourism development in Penang Hill: a multi-stakeholder perspective towards achieving environmental sustainability. **Environmental Science and Pollution Research**, v. 28, n. 31, p. 42945-42958, 2021.

SAMAL, R.; DASH, M. Ecotourism, biodiversity conservation and livelihoods: understanding the convergence and divergence. **International Journal of Geoheritage and Parks**, v. 11, p. 1-20, 2023.

SAMPIEIRI, R.H. *et al.* **Metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso Editora, 2013.

SANDER, B. The importance of education in ecotourism ventures. **Substantial Research Paper**, American University, 2010.

SÃO PAULO. **Polo de ecoturismo de São Paulo com projetos de desenvolvimento sustentável**. Disponível em: <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/relacoes_internacionais/servicos/index.php?p=339914>. Acesso em 13 nov. 2023.

SARVER-JR, V.T. Ajzen and Fishbein's "Theory of Reasoned Action": a critical assessment. **Journal for the Theory of Social Behaviour**, v. 13, n. 2, p. 155-164, 1983.

SATYARINI, N.W.M.; RAHMANITA, M.; SETARNAWAT, S. The influence of destination image on tourist intention and decision to visit tourist destination: a case study of Pemuteran Village in Buleleng, Bali, Indonesia. **Tourism Research Journal**, v. 1, n. 1, p. 81-97, 2017.

- SAUMURE, K.; GIVEN, L.M. Convenience sample. In: **The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods**. Thousand Oaks: Sage, 2008.
- SCHAFFER, V.; THAM, A. Engaging tourists as citizen scientists in marine tourism. **Tourism Review**, v. 75, n. 2, p. 333-346, 2020.
- SCHIFFMAN, L.; KANUK, L. **Consumer Behavior**. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2010.
- SCHULTZ, P.W. *et al.* Values and their relationship to environmental concern and conservation behavior. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, v. 36, n. 4, p. 457-475, 2005.
- SETHY, M.K.; SENAPATI, A.S. Perceptions towards ecotourism practice and the willingness to pay: evidence from Chilika coastal wetland ecosystem, Odisha. **International Journal of Geoheritage and Parks**, v. 11, n. 3, p. 497-513, 2023.
- SHETH, J. Impact of COVID-19 on consumer behavior: will the old habits return or die? **Journal of Business Research**, v. 117, p. 280-283, 2020.
- SIDINGA, I. Tourism in Sub-Saharan Africa. In: REID, DG., **Ecotourism Development in Eastern and Southern Africa**. University of Guelph, Weaver Press, Harare, 1-28, 1999.
- SILVA, J.R.G.; OLIVEIRA, M.C.L. A composição de um quadro de referência para a gestão da comunicação organizacional. In: ENANPAD, 2003, Atibaia. **Anais ...**, Atibaia: ANPAD, 2003.
- SILVA, J.R.G.; VERGARA, S.C. Mudança organizacional e a múltiplas relações que afetam a reconstrução das identidades dos indivíduos. In: ENANPAD, 2002, Salvador. **Anais ...** Salvador: ANPAD, 2002.
- SINGH, A.; VERMA, P. Factors influencing Indian consumers' actual buying behaviour towards organic food products. **Journal of Cleaner Production**, v. 167, p. 473-483, 2017.
- SINGH, A.B.; JAMAL S.; AHMAD, W.S. Impact assessment of lockdown amid COVID-19 pandemic on tourism industry of Kashmir Valley, India. **Research in Globalization**, v. 3, 100053, [online], 2021.
- SOARES, M. D. O. **As contradições do turismo no espaço rural: vida, trabalho, renda e exclusão**. 2007. Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Engenharia Agrícola, 239 p. UNICAMP: Campinas, 2007.
- SOBHANI, P. *et al.* Evaluating the ecological security of ecotourism in protected area based on the DPSIR model. **Ecological Indicators**, v. 155, 110957, 2023.
- SORENSEN, F.; GRINDSTED, T.S. Sustainability approaches and nature tourism development. **Annals of Tourism Research**, v. 91, 103307, 2021.
- SPARKS, B.; PAN, G.W. Chinese outbound tourists: understanding their attitudes, constraints, and use of information sources. **Tourism Management**, v. 30, n. 4, p. 483-494, 2009.
- SPEARMAN, C. General intelligence: objectively determined and measures. **American Journal of Psychology**, v. 5, p. 201-293, 1904.

- SPEARMAN, C. **The abilities of man**. Nova Iorque: Macmillan, 1927.
- STEPCHENKOVA, S.; MILLS, J.E. Destination image: a meta-analysis of 2000-2007 research. **Journal of Hospitality & Management**, v. 19, n. 6, p. 575-609, 2010.
- STERN, P.C. Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. **Journal of Social Issues**. v. 56, n. 3, p. 407-424, 2000.
- STRONZA, A.L.; HUNT, C.A.; FITZGERALD, L.A. Ecotourism for conservation? **Annual Review of Environment and Resources**, v. 44, p. 229-253, 2019.
- SU, L.; HUANG, S.; HUANG, J. Effects of destination social responsibility and tourism impacts on residents' support for tourism and perceived quality of life. **Journal of Hospitality and Tourism Research**. v. 42, n. 7, p. 1039-1057, 2018.
- SWAN, J.E.; MARTIN, W.S. Testing Comparison Level and Predictive Expectations Models of Satisfaction. In: MONROE, K.B.; ANN-ABOR, M.I. (eds.) **Advances in Consumer Research**: Association for Consumer Research, v. 8, p. 77-82, 1981.
- TANG, W.T. *et al.* Environmental literacy on ecotourism; a study on student knowledge, attitude, and behavioral intentions in China and Taiwan. **Sustainability**, v. 10, n. 6, 1886, 2018.
- TANIGUCHI, S.T.; FREEMAN, P.A.; RICHARDS, A.L. Attributes of meaningful learning experiences in an outdoor education program. **Journal of Adventure Education and Outdoor Learning**, v. 5, n. 2, p. 131-144, 2005.
- TARKA, P. An overview of structural equation modelling: its beginnings, historical development, usefulness, and controversies in the social sciences. **Quality & Quantity**. v. 52, p. 313-354, 2018.
- TAYLOR, S.; TODD, P. Decomposition, and crossover effects in the theory of planned behavior: a study of consumer adoption intentions. **International Journal of Research in Marketing**. v. 12, n. 2, p. 137-155, 1995.
- TEEROOVENGADUM, V. Environmental identity and ecotourism behaviours: examination of the direct and indirect effects. **Tourism Review**, v. 74, n. 2, p. 280-292, 2019.
- TERKENLI, T.S.; GEORGOULA, V. Tourism and cultural sustainability: views and prospects from Cyclades, Greece. **Sustainability**, v. 14, n. 1, 307, 2022.
- THAPA, K. *et al.* Nature-based tourism in protected areas: a systematic review of socio-economic benefits and costs to local people. **International Journal of Sustainable Development & World Ecology**, v. 29, n. 7, p. 625-640, 2022.
- THE INTERNATIONAL ECOTOURISM SOCIETY – TIES. **What is ecotourism?**, 2015. Disponível em: <<https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>>. Acesso em 20 de ago 2021.
- THIBAUT, J.W.; KELLEY, H.H. **The social psychology of groups**. New York: John Wiley and sons, 1959.
- THURSTONE, L.L. **Multiple factor analysis**. Chicago: University of Chicago Press, 1947.

- THURSTONE, L.L. **Primary mental abilities**. Chicago: University of Chicago Press, 1938.
- THURSTONE, L.L. **The vectors of mind**. Chicago: University of Chicago Press, 1935.
- TING, H.; RUN, E.C.; THURASAMY, R. Young adults' attitude towards advertising: a multi-group analysis by ethnicity. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**. v. 17, n. 54, p. 769-787, 2015.
- TOPA, G.; MORIANO, J.A. Theory of planned behavior and smoking: meta-analysis and SEM model. **Substance abuse and rehabilitation**. v. 6, n. 1, p. 23-33, 2010.
- TRANGELAND, T. Why do people purchase nature-based tourism activity products? A Norwegian case study of outdoor recreation. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**. v.11, n. 4, p. 435-456, 2011.
- TRIANDIS, H.C. Cross-cultural social and personality psychology. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 3, n. 2, p. 143-158, 1977.
- TRIVINOS, A.N.S. **Introdução a pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.
- TUCKER, L.R. Some mathematical notes on three-mode factor analysis. **Psychometrika**. v. 31, p. 279-311, 1966.
- UNWTO. **Accessibility and inclusive tourism development in nature areas: compendium of best practices**. Madrid: UNWTO, 2021.
- VAN-BIRGELEN, M.; SEMEIJN, J.; KEICHER, M. Packaging and pro-environmental consumption behavior: investigating purchase and disposal decisions for beverages. **Environment and Behavior**. v. 41, n. 1, p. 125-146, 2009.
- VANGEN, S.; HUXHAM, C. Nurturing collaborative relations: building trust in interorganizational collaboration. **The Journal of Applied Behavioral Science**. v. 39, n.1, p. 5-31, 2003.
- VERGARA, S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3 ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.
- VOTAW, D.F. Testing compound symmetry in a normal multivariate population. **The Annals of Mathematical Statistics**. v. 19, p. 189-196, 1948.
- WANG, KC. *et al.* Who is the decision-maker: the parents or the child in group package tours? **Tourism Management**. v. 25, p. 183-194, 2004.
- WANG, Z. *et al.* Destination image: a review from 2012 to 2023. **Cogent Social Sciences**, v. 9, n. 1, 2240569, 2023.
- WEAVER, D.B.; LAWTON, L.J. Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. **Tourism management**, v. 28, n. 5, p. 1168-1179, 2007.
- WEERASEKARA, D.; ASSELLA, P. The effect of motivations on ecotourism intention and willingness to pay premium for ecotourism: a conceptual paper. **International Journal of Contemporary Business Research**, v. 2, n.1, p. 164-192, 2023.
- WERTS, C.E.; LINN, R.L. Path analysis: psychological examples. **Psychological Bulletin**. v. 74, n. 3, p. 193-212, 1970.

- WIJESEKARA, C. *et al.* Tourism and economic growth: a global study on granger causality and wavelet coherence. **Plos One**, v. 17, n. 9, e0274386, 2022.
- WILKS, S.S. Sample criteria for testing equality of means, equality of variances, and equality of covariances in a normal multivariate distribution. **The Annals of Mathematical Statistics**. v. 17, p. 257-281, 1946.
- WILLMAN-IIVARINEN, H. The future of consumer decision making. **European Journal of Futures Research**, v. 5, n. 14, 2017.
- WOOSNAM; K.M.; STYLIDIS, D.; IVKOV, M. Explaining conative destination image through cognitive and affective destination image and emotional solidarity with residents. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 28, n. 6, p. 917-935, 2020.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - UNWTO. **Economic contributo and SDG**. 2023b. Disponível em: <<https://www.unwto.org/tourism-statistics/economic-contribution-SDG>>. Acesso em 27 jul. 2023.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - UNWTO. **Glossary of tourism terms**, 2008. Disponível em: < <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>>. Acesso em 20 de ago de 2021.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - UNWTO. **International rural tourism development: an asia pacific perspective**. Madrid: UNWTO, 2017.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - UNWTO. **Tourism Highlights**: 2011. UNWTO, Madrid, 2011.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - UNWTO. **Tourism on track for full recovery as new data shows strong start to 2023**. 2023a. Disponível em: <<https://www.unwto.org/news/tourism-on-track-for-full-recovery-as-new-data-shows-strong-start-to-2023>>. Acesso em 27 jul. 2023.
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL - WTTC. **Economic Impact research**. Disponível em: <<https://wttc.org/research/economic-impact>>. Acesso em 27 jul. 2023.
- XU, L. *et al.* Ecotourism and sustainable development: a scientometric review of global research trends. **Environment, Development and Sustainability**, v. 25, p. 2977-3003, 2023.
- YAMADA, K. The effects of customer expectations for consumer behavior in reputation information sites. **Procedia CIRP**, v. 79, p. 684-689, 2019.
- YANG-WALLENTIN, F. *et al.* Is there any interaction effect between intention and perceived behavioral control? **Methods of Psychological Research Online**. V.8, n. 2, p. 127-157, 2004.
- YANG, J.; REN, L. Government-industry-education-research collaboration in tourism: university's perspective. **Journal of Hospitality & Tourism Research**. v. 45, n. 5, p. 898-901, 2021.
- YU, T.K. *et al.* Encouraging environmental commitment to sustainability: an empirical study of environmental connectedness theory to undergraduate students. **Sustainability**, v. 11, n. 2, 342, 2019.

- YUXI, Z. *et al.* The impact of tourism on municipal solid waste generation in China. **Journal of Cleaner Production**, v. 427, 139255, 2023.
- ZENG, N. *et al.* Do right PLS and do PLS right: a critical review of the application of PLS-SEM in construction management research. **Frontiers in Engineering Management**, v. 8, n. 3, p. 356-369, 2021.
- ZHANG, H. *et al.* Destination image and tourist loyalty: a meta-analysis. **Tourism Management**, v. 40, p. 213-223, 2014.
- ZHANG, H.; LEI, S.L. A structural model of resident's intention to participate in ecotourism: the case of a wetland community. **Tourism Management**, v. 33, n. 4, p. 916-925, 2012.
- ZHANG, H.Z. *et al.* Promoting eco-tourism for the green economic recovery in ASEAN. **Economic Change and Restructuring**, v. 56, p. 2021-2036, 2023.
- ZHANG, S. Model construction of the influence of tourist destination image on tourists' word-of-mouth communication based on cognitive and emotional environment. **Journal of Environmental and Public Health**, 3343946, 2022.
- ZHENG, Q.J. *et al.* Correlation between the environmental knowledge, environmental attitude, and behavioral intention of tourists for ecotourism in China. **Applied Ecology and Environmental Research**, v. 16, n. 1, p. 51-62, 2018.
- ZHU, J.; SUN, J.C. Ecotourism design and plant protection based on sensor network. **Frontiers in Plant Science**, v. 13, 993838, 2022.
- ZIELINSKA-SZCZEPKOWSKA, J. What are the needs of senior tourists? Evidence from remote regions of Europe. **Economies**, v. 9, n. 4, 148, 2021.
- ZIFFER, K. **Ecotourism: the uneasy alliance**. Working Paper n° 1, Washington DC: Conservation International, 1989.
- ZIPER, T. The determination of nature Walk routes regarding nature tourism in north-western Turkey, Sark District. **Journal of Food Agriculture & Environment**, v. 9, p. 622-632, 2011.
- ZOU, T. *et al.* Trust across borders: a review of the research on interorganizational trust in international business. **Journal of International Business Studies**, 2023.

APÊNDICE A – REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Dinâmicas do ecoturismo: revisão sistemática da literatura²⁴

Ecotourism dynamics: a systematic literature review

Resumo: O ecoturismo, como uma estratégia de desenvolvimento sustentável, tem ganhado destaque em pesquisas e práticas globais devido à sua capacidade de equilibrar a conservação ambiental, o bem-estar social e o crescimento econômico. No entanto, para ser eficaz, ele deve integrar práticas de negócios inovadoras, entender o comportamento do consumidor e aderir a padrões éticos. Este estudo, através de uma revisão sistemática e análise bibliométrica, utilizando o *Biblioshiny* como ferramenta analítica, explora essas dimensões multifacetadas do ecoturismo. Os resultados evidenciam crescimento na produção científica dos últimos anos, além de uma grande variedade de áreas do conhecimento em busca de compreender melhor este fenômeno. Além disso, a partir da análise observou-se a formação de três principais categorias de análise: práticas de negócios sustentáveis e inovações em ecoturismo, comportamento do consumidor em relação ao turismo de vida selvagem, e a influência da psicologia do consumidor na escolha de destinos turísticos sustentáveis. O estudo ressalta ainda para a necessidade de políticas e práticas sustentáveis que possam ser adaptadas globalmente, considerando as nuances locais. A pesquisa contribui para o entendimento do ecoturismo como um campo complexo e dinâmico, enfatizando a importância de continuar explorando as várias dimensões que influenciam seu sucesso e sustentabilidade.

Palavras-chave: consumo; educação ambiental; inovação; sustentabilidade; ecoturismo.

Abstract: *Ecotourism, as a sustainable development strategy, has been gaining prominence in global research and practices due to its ability to balance environmental conservation, social well-being, and economic growth. However, to be effective, it must integrate innovative business practices, understand consumer behavior, and adhere to ethical standards. This study, through a systematic review and bibliometric analysis using Biblioshiny as an analytical tool, explores these multifaceted dimensions of ecotourism. The results highlight growth in scientific production in recent years, as well as a wide variety of knowledge areas seeking to better understand this phenomenon. Furthermore, the analysis revealed the formation of three main categories: sustainable business practices and innovations in ecotourism, consumer behavior in relation to wildlife tourism, and the influence of consumer psychology on the choice of sustainable tourism destinations. The study also emphasizes the need for sustainable policies and practices that can be globally adapted, considering local nuances. The research contributes to the understanding of ecotourism as a complex and dynamic field, emphasizing the importance of continuing to explore the various dimensions that influence its success and sustainability.*

Keywords: *consumption; environmental education; innovation; sustainability; ecotourism.*

²⁴ Está revisão de literatura foi desenvolvida em disciplina do curso de doutorado e deve ser melhor explorada antes de sua submissão para revista.

1 Introdução

O ecoturismo, como fenômeno, representa uma modalidade de turismo que busca a interação responsável e sustentável entre visitantes e ambientes naturais, promovendo a conservação, educação e conscientização ambiental (Goodwin, 1996; *The International Ecotourism Society* - TIES, 2015). Essa abordagem preserva a integridade dos ecossistemas, valoriza a diversidade biológica e cultural, ao mesmo tempo em que proporciona experiências enriquecedoras aos turistas.

A *World Tourism Organization of the United Nations* (UNWTO, 2011; 2023a) apontam que nas últimas décadas, o ecoturismo foi reconhecido como um dos segmentos de mercado de turismo que mais cresce em vários países ao redor do mundo. Lock (2021) acrescenta ainda, que a atividade do ecoturismo mundial era constituída por US\$181.1 bilhões no ano de 2019, com estimativa de crescimento favorável para o setor nos próximos anos. O referido autor acredita que em 2027 a atividade alcance a marca de US\$333.8 bilhões.

Fennell (2008) observa que o ecoturismo é uma estratégia melhor para o desenvolvimento e gerenciamento das comunidades locais, porque tem o potencial de aliviar os efeitos negativos do turismo de massa. Nesse sentido, o ecoturismo tem sido considerado como uma ferramenta importante para a diversificação econômica, pois pode reduzir a dependência da agricultura nas comunidades rurais a outros empreendimentos com fins lucrativos, como a criação de animais de propriedade da comunidade ou a coleta sustentável de recursos florestais, o que pode proporcionar maior alcance em seu consumo.

Levando em conta as características dos serviços ofertados pelo turismo, bem como as mudanças comportamentais de consumo, se faz importante compreender quais são os construtos que podem influenciar na intenção de turistas consumirem o ecoturismo. Até porque, por meio desta compreensão, é possível auxiliar a tomada de decisões estratégicas pela atividade turística, bem como o desenvolvimento políticas que incentivem e atraiam os turistas.

Uma alternativa para identificação desses construtos é a Teoria do Comportamento Planejado – TCP (Ajzen, 1991). A partir da TCP, supõe-se que as intenções capturam os fatores motivacionais que influenciam um comportamento; são indicações de quanto as pessoas estão dispostas a tentar, de quanto esforço planejam fazer

para realizar o comportamento. Como regra geral, quanto mais forte a intenção de se envolver em um comportamento, mais provável deve ser seu desempenho.

No entanto, deve ficar claro, que uma intenção comportamental pode limitar a expressão no comportamento apenas se o comportamento em questão estiver sob controle volitivo, isto é, se a pessoa puder decidir à vontade executar ou não o comportamento. Ajzen (1985) acredita que embora alguns comportamentos possam de fato atender a esse requisito muito bem, o desempenho da maioria depende, pelo menos até certo ponto, de fatores não motivacionais, como disponibilidade de oportunidades e recursos necessários (por exemplo, tempo, dinheiro, habilidades e cooperação de terceiros). Coletivamente, esses fatores representam o controle real das pessoas sobre o comportamento. Na medida em que uma pessoa tenha as oportunidades e os recursos necessários e pretenda realizar o comportamento, ela deverá conseguir fazê-lo.

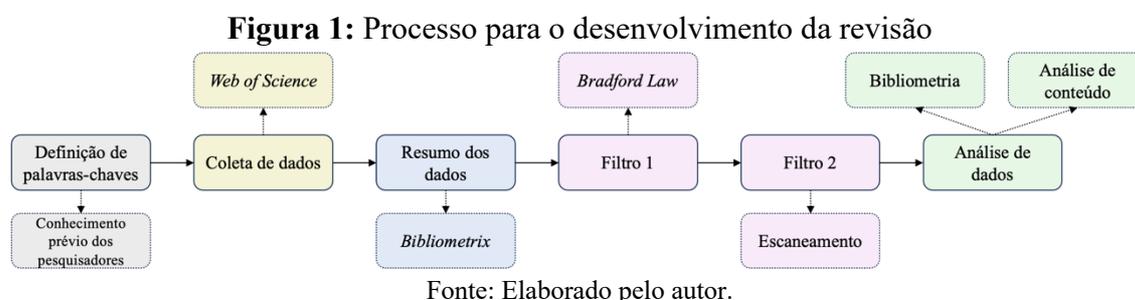
Ressalta-se que a TCP é uma das teorias psicológicas mais influentes e comumente usadas para explicar comportamentos. Para a TCP, a maioria dos comportamentos humanos são direcionados a objetivos (Ajzen, 1985), portanto, uma pessoa se comportaria de determinada maneira porque ela tem a “intenção” de fazê-lo. Essa “Intenção” é influenciada pela “Atitude” da pessoa, pelas “Normas subjetivas” e pelo “Controle comportamental percebido - CCP”.

A pesquisa acadêmica sobre o ecoturismo investigou diferentes aspectos do comportamento das viagens ecoturísticas e da intenção comportamental (Kerstetter; Hou; Lin, 2004; Trangeland, 2011; Chiu; Lee; Chen, 2014; Hultman; Kazeminia; Ghasemi, 2015; Lin; Huang, 2021; Karimi; Saghaleini, 2021), sendo a aplicação da TCP no estudo do ecoturismo crucial devido à sua capacidade de fornecer uma estrutura analítica sólida para explorar os determinantes do comportamento humano.

A complexidade das escolhas de comportamento dos turistas em ambientes ecologicamente sensíveis exige uma compreensão aprofundada das motivações subjacentes, das influências sociais e das barreiras percebidas. Vale destacar que ao empregar a TCP, pesquisadores buscam compreender os mecanismos psicológicos que orientam as decisões dos turistas em ambientes naturais, contribuindo para a promoção de práticas sustentáveis e a conservação ambiental. Nesse sentido, a presente pesquisa tem como objetivo realizar uma revisão sistemática da literatura sobre os determinantes para a intenção de consumir o ecoturismo.

2 Procedimentos metodológicos

Uma pesquisa baseada em bases de dados científicas foi realizada para recuperar o maior número possível de documentos (relevantes) para a revisão da literatura. O processo envolveu coletar, resumir, classificar e analisar os dados conforme apresentado na Figura 1.



No primeiro estágio do processo, delineou-se a seleção de termos-chave que melhor englobassem os objetivos da pesquisa. Para isso, partiu-se do conhecimento prévio dos pesquisadores sobre o ecoturismo, bem como dos sinônimos associados a essa atividade turística propostos por Eriksson e Lidström (2013). Ademais, dado o propósito de compreender as interconexões entre a TCP e o ecoturismo, esta última também foi levada em consideração. Nesse contexto, a composição de termos-chave adotada para a coleta de dados primários foi a seguinte: “*ecotourism*” OR “*eco-friendly tourism*” OR “*green tourism*” OR “*nature tourism*” AND “*theory of planned behavior*” OR “*theory of planned behaviour*” OR “*TPB*”.

Posteriormente foi realizada a seleção da base de dados. Para tanto, optou-se pela *Web of Science* por uma série de razões. Destacam-se, entre estas razões, a amplitude de indexação que abarca mais de 15.000 periódicos, a disponibilidade de ferramentas de filtragem, a facilidade de realizar a mineração de dados e a sua pertinência para pesquisas nas ciências sociais aplicadas, conforme indicado por Zhu e Liu (2020), Forliano, Bernardi e Yahiaoui (2021) e Castrillon-Junior *et al.* (2022).

Tendo feita a definição dos termos-chave, bem como da base de dados, a busca foi realizada. A busca foi realizada em 17 de outubro de 2023 e utilizou o descritor em títulos, resumos e palavras-chave da base de dados. Não houve delimitação temporal, uma vez que o intuito era compreender de forma ampla e detalhada as interconexões entre a TCP e o ecoturismo. Além disso, nenhuma restrição linguística ou de área foi aplicada. Como resultado, obteve-se 239 artigos completos revisados por pares.

Os artigos foram exportados no formato “.txt” e manipulados no software RStudio utilizando o pacote *Bibliometrix* (interface *Biblioshiny*). Optou-se por sua utilização por facilitar no processo de resumo e estruturação dos dados para apresentação em formato de painel. Segundo Aria e Cuccurullo (2017), o *Bibliometrix* possui três níveis de métricas (fonte, autores e artigos) e três estruturas de conhecimento: (1) coocorrência conceitual, análise fatorial, mapa temático e evolução do tema; (2) estrutura intelectual de artigos, autores e referências, incluindo rede de cocitação e historiografia; e (3) estrutura social que representa interações entre autores, instituições e países.

A partir do *Biblioshiny*, foi empregada a Lei de Dispersão de Bradford (LDB), uma fórmula matemática usada para classificar documentos provenientes de diversas bases de dados, incluindo a *Web of Science*. Nash-Stewart, Kruesi e Del-Mar (2012) apontam que a LDB categoriza os documentos em três diferentes camadas com base na frequência de citações. Nesse contexto, a Camada 1 contém os artigos mais atuais e com maior número de citações, a Camada 2 artigos menos relevantes e com número moderado de citações e a Camada 3 os artigos menos relevantes com menor número de citações. Para a presente pesquisa, considerou-se apenas os documentos inclusos na Camada 1, excluindo 159 registros (Filtro 1).

Após a aplicação do Filtro 1, foi realizada a leitura dos títulos, resumos e palavras-chaves dos documentos restantes (80) para identificar se estes estão alinhados com o escopo da pesquisa (Filtro 2). Nesse contexto, os documentos foram considerados para inclusão caso atendessem aos seguintes critérios: (1) explore aspectos específicos da aplicação da TCP na compreensão do comportamento dos indivíduos em contextos relacionados ao ecoturismo; (2) aponte fatores determinantes para o consumo do ecoturismo; (3) aborde o comprometimento ambiental na influência comportamental. A aplicação do Filtro 2 excluiu 37 registros, sendo apenas 43 considerados para análise.

3 Resultados e discussões

3.1 Características bibliométricas dos dados

As características principais dos dados da pesquisa podem ser visualizadas na Tabela 1. Por não ter sido realizado nenhum recorte temporal, as publicações tiveram início em 1993 e a última publicação em 2023, ano atual.

Vale destacar que se nota crescimento considerável das publicações nos últimos 20 anos. Após a publicação inicial em 1993, única dos anos 1990, foi apenas em 2007

que novas publicações sobre a temática foi realizada (2). A Tabela 2 apresenta a evolução da produção científica ao longo dos anos.

Como se observa, a produção científica apresenta um padrão de crescimento, mas com alternância entre períodos de aumento e diminuição na frequência de publicações ao longo dos anos. A flutuação observada pode estar relacionada à dinamicidade das práticas de consumo, as quais estão cada vez mais alinhadas a valores sustentáveis e influenciadas por uma série de fatores externos, como campanhas de conscientização ambiental, incentivos governamentais para produtos *eco-friendly*, e mudanças nas regulamentações que favorecem práticas de consumo responsáveis (Axon; Lent; Njoku, 2023; Fischer *et al.*, 2023; Pinho; Gomes, 2023).

Tabela 1: Resumo informativo dos dados

Informações chave dos dados			
Período	1993:2023	Autores	130
Periódicos	20	Coautorias internacionais	9,30%
Documentos	43	Texto de um único autor	9
Média de citações por documento	13,14%	Documentos por autor	0,331
Taxa de crescimento anual	2,34%	Coautoria por documento	3,05
Referências	118		
Tipo de documentos			
Artigos			43
Conteúdo dos documentos			
Palavras-chave do autor			167

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 2: Evolução da produção científica

Ano	Frequência	Variação
1993	1	-
2007	2	100%
2012	1	-50%
2015	3	200%
2017	1	-67%
2018	3	200%
2019	8	167%
2020	5	-38%
2021	7	40%
2022	10	43%
2023	2	-80%
Total	43	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Os picos de produção mais notáveis foram em 2019 e em 2022, e podem ser atribuídos a uma crescente conscientização ambiental e ao *boom* do turismo sustentável, respectivamente. O aumento em 2019 pode ter sido impulsionado pelo reconhecimento global da necessidade de práticas de turismo sustentáveis (Ranjan, 2019; Hamid; Isa,

2020; Vaugeois *et al.*, 2022), enquanto o ressurgimento em 2022 poderia estar relacionado à retomada das atividades turísticas após as restrições impostas pela pandemia de COVID-19, com uma demanda reprimida por experiências de turismo que respeitam o meio ambiente e promovem a conservação (Cherkaoui *et al.*, 2020; Borysova *et al.*, 2021; Jovanovic; Mladenovic; Zdravkovic, 2021). Entretanto, o declínio acentuado de 80% em 2023, comparado com 2022, é notório, o que sugere que há uma potencial redefinição das prioridades de pesquisa face a novos desafios globais (Bilas; Franc; Vukoja, 2022; Azmi *et al.*, 2023; Pan, 2023; Rinn; Kalábová; Jarsky, 2023).

Apesar dessas oscilações, a tendência geral é de crescimento da produção científica, passando de uma publicação em 1993 para um total acumulado de 43 ao final do período estudado. A variação percentual ano a ano revela a volatilidade do campo, com taxas de variação que podem indicar períodos de desenvolvimento acelerado, possivelmente impulsionados por inovações ou novas metodologias.

No que tange aos países responsáveis pela produção científica, a China é o país com maior número de publicações (21), seguido de Estados Unidos (5), Rússia (4), Espanha (4), Índia (3) e Malásia (3). Considerando os continentes, as publicações seguem a seguinte organização: Ásia com 23 publicações; Europa com 14 publicações; América do Norte com 5 publicações; Oceania com 3 publicações e África e América do Sul com 1 publicação cada.

A escassa quantidade de publicações originárias da América do Sul é motivo de preocupação, considerando que a região é dotada de uma rica diversidade de áreas naturais com um potencial substancial para o fomento de práticas ecoturísticas. Esta lacuna sugere a necessidade de um investimento maior em pesquisa e divulgação científica que pode impulsionar o desenvolvimento do ecoturismo, alavancando assim a conservação ambiental e o progresso socioeconômico sustentável na região.

A análise da correspondência entre autores e os países de origem das publicações foi realizada, considerando-se o índice de colaboração interna (SCP intra-países) e o índice de colaboração internacional (MCP interpaíses), conforme delineado por Aria e Cuccurullo (2017). Sobre as nacionalidades dos autores, a maioria são chineses (19), seguidos por malaios (3), estadunidense (3), australianos (2) e indiano (2)²⁵. Observou-se ainda que entre as contribuições China sobressai com aproximadamente 45.24% das publicações, todas categorizadas como SCP, o que denota uma robusta produção

²⁵ As demais nacionalidades não foram apresentadas por se tratar de uma grande variedade de países com frequência igual a 1.

científica interna sem colaboração externa. A Índia por sua vez, apresenta 2.38% de suas publicações como SCP e uma igual medida de 2.38% caracterizando-se como MCP, refletindo um engajamento em colaborações internacionais. O resultado direciona para a realização de pesquisas restritas para o território nacional em busca do desenvolvimento da nação e a compreensão de padrões de consumo regionais.

Por fim, buscou-se analisar as palavras mais frequentes na produção científica analisada (Tabela 3). Para tal, levantou-se as palavras mais frequentes nas palavras-chaves dos autores, nas palavras-chave plus²⁶ e no resumo. Adicionalmente identificou-se as categorias da *Web of Science* (WoS) mais frequentes (Tabela 4).

Tabela 3: Palavras mais frequentes na produção científica analisada

Palavras-chaves dos autores	Frequência	Palavras-chave plus	Frequência	Abstract	Frequência
ecotourism	14	ecotourism	12	tourism	16
sustainable development	3	tourism	8	ecological	9
sustainable tourism	3	conservation	5	development	7
ecological footprint	2	intention	5	environment	7
ecological protection	2	antecedents	3	attention	5

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 4: Categorias da *Web of Science* mais frequentes

WoS Categories	Frequência	WoS Categories	Frequência
environmental sciences	18	management	5
hospitality leisure sport & tourism	13	geography physical	2
ecology	8	geosciences multidisciplinary	2
environmental studies	7	oceanography	2
green & sustainable science & technology	6	social sciences interdisciplinary	2

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base na Tabela 3, percebe-se que o termo “*ecotourism*” é preponderante, aparecendo com a maior frequência tanto nas palavras-chave dos autores (14 citações) quanto nas palavras-chave plus (12 citações) e com significativa ocorrência nos resumos (16 citações referindo-se a “*tourism*”). Os termos “*sustainable development*” e “*sustainable tourism*”, cada um com três citações nas palavras-chave dos autores, indicam uma ênfase na sustentabilidade como um pilar central da pesquisa em ecoturismo. Além disso, o “*ecological footprint*” e “*ecological protection*”, ambos citados duas vezes,

²⁶ Palavras-chaves Plus são termos indexados gerados de maneira automática a partir dos títulos de artigos referenciados nas bibliografias. Para que um termo seja incluído, ele deve figurar repetidamente na lista de referências. Esses termos são organizados de acordo com sua complexidade, variando de expressões compostas por múltiplas palavras até termos singulares. A inclusão dessas palavras tem o efeito de ampliar o escopo de resultados obtidos por meio das buscas convencionais que utilizam apenas palavras-chave ou títulos de artigos (Web of Science, 2023).

ressaltam a preocupação com o impacto ambiental do turismo e a necessidade de proteger ecossistemas vulneráveis.

As palavras-chave plus incluem “*tourism*” e “*conservation*”, com 8 e 5 citações, respectivamente, o que sugere uma integração de temas relacionados à conservação ambiental com a prática turística. Termos como “*intention*” e “*antecedents*”, com 5 e 3 citações, indicam as investigações dos fatores que influenciam a intenção de praticar o ecoturismo ou os antecedentes históricos de determinadas práticas de ecoturismo.

Nos resumos, além de “*tourism*”, palavras como “*ecological*”, “*development*” e “*environment*”, com 9, 7 e 7 citações, respectivamente, demonstram a relevância das questões ecológicas e de desenvolvimento sustentável. O termo “*attention*”, citado 5 vezes, pode refletir um foco no direcionamento da atenção tanto dos turistas quanto dos pesquisadores para as questões de ecologia e sustentabilidade no turismo.

Na Tabela 4, que enumera as categorias da *Web of Science* mais frequentes, a predominância da categoria “*environmental sciences*” (18) sinaliza um enfoque robusto nos aspectos científicos do meio ambiente nos estudos analisados. A segunda categoria mais mencionada, “*hospitality leisure sport & tourism*” (13), reflete a importância do turismo e do lazer na pesquisa atual, especialmente no contexto da sustentabilidade e do impacto ambiental.

A categoria “*ecology*” (8) e “*environmental studies*” (7), reforçam o interesse nas interações entre os organismos e seus ambientes, bem como nos estudos interdisciplinares que abordam as complexas relações entre os humanos e o meio ambiente, o que pode ser complementado pela categoria “*green & sustainable science & technology*” (6), indicando um foco em inovações e tecnologias que promovem a sustentabilidade.

Outras categorias com frequências menores, como “*management*” (5), “*geography physical*”, “*geosciences multidisciplinary*”, “*oceanography*” e “*social sciences interdisciplinary*” (cada uma com 2 ocorrências), destacam uma diversidade de abordagens na pesquisa ambiental, desde a gestão e práticas administrativas até as ciências geográficas e sociais. Essas menções sugerem uma abrangência temática e uma abordagem multidisciplinar nos estudos, alinhando questões ambientais com disciplinas que vão além das ciências naturais, como a gestão e as ciências sociais.

3.2 Categorias de análise emergentes da leitura dos artigos

Após avaliar os artigos selecionados, identificaram-se três possíveis categorias de análise. A Categoria 1 aborda a integração de práticas de negócios sustentáveis com

inovações em ecoturismo; a Categoria 2 conecta o comportamento do consumidor ao turismo de vida selvagem, ressaltando práticas éticas e políticas ambientais; e a Categoria 3 se concentra na psicologia do consumidor e seu papel na promoção de comportamentos proambientais e na escolha de destinos turísticos sustentáveis. Essas categorias são discutidas com mais profundidade nas seções seguintes.

3.2.1 Inovação em negócios sustentáveis (16 artigos)

A ascensão dos negócios sustentáveis, em sintonia com as inovações em ecoturismo, representa uma resposta multifacetada aos desafios ambientais contemporâneos. Esta categoria, identificada como Cluster 1, destaca práticas comerciais que não apenas buscam a rentabilidade, mas também se comprometem com a ética ambiental e social (Hunter; Shaw, 2007; Dedeker, 2017; Zhang; Wang, 2020; Coghlan, 2022). A integração dessas práticas reflete um equilíbrio entre o lucro e a preservação, onde a sustentabilidade se torna um eixo central (Cengiz, 2007; Dedeker, 2017; Lin *et al.*, 2022).

A inovação em ecoturismo, parte integral do Cluster 1, é vista não apenas como uma estratégia comercial, mas como uma necessidade para a sobrevivência de ecossistemas vulneráveis (Klimenko *et al.*, 2018; Wang; Chen; Liang, 2021; Bo; Yuan, 2022). A adoção de modelos de negócios que promovem o turismo de baixo impacto ambiental demonstra um crescente reconhecimento do valor intrínseco da natureza. Esses modelos propõem uma nova narrativa no setor turístico, onde a experiência autêntica e consciente é valorizada (Lorenzo-Romero; Alarcón-del-Amo; Crespo-Jareño, 2019; He; Ma; Deng, 2021).

Nessa conjuntura, o conceito de valor agregado ao consumidor evolui para incorporar valores éticos e ambientais, o que reconfigura a percepção de qualidade e satisfação do cliente (Cruz-Modino; Cosentino, 2022; Nie; Tang, 2022; Zhu; Zaidin; Pu, 2022). A pesquisa de Nie e Tang (2022) por exemplo, destaca que consumidores de ecoturismo demandam não apenas serviços de qualidade, mas também garantias de que suas escolhas não prejudicarão o meio ambiente, resultando em uma cadeia de valor que é ambientalmente responsável e socialmente justa.

Além disso, o impacto ambiental dos negócios no setor de turismo é agora um indicador crítico de desempenho empresarial (Mahapatra; Pandey; Pradhan, 2012). Como tal, empresas que apresente essas características, estão cada vez mais utilizando métricas ambientais para informar decisões estratégicas e operacionais (Mahapatra; Pandey;

Pradhan, 2012). A gestão ambiental torna-se, assim, um componente integral de sua vantagem competitiva (Chin; Chin; Wong, 2018).

Vale destacar que a sustentabilidade também é impulsionada pela inovação em produtos e serviços (Zhang; Wang, 2020; Coghlan, 2022). Novas abordagens para o desenvolvimento de produtos ecoturísticos, como a utilização de recursos locais e a minimização de resíduos, estão se tornando práticas padrão (Klimenko *et al.*, 2018). Isto está em linha com a crescente demanda por experiências turísticas que sejam autênticas e tenham um impacto positivo nas comunidades locais (Zhu; Zaidin; Pu, 2022).

A cooperação entre as diferentes partes interessadas é vital para a promoção de um ecoturismo bem-sucedido. Parcerias entre empresas, comunidades locais e governos podem facilitar o compartilhamento de recursos e conhecimento, potencializando o impacto positivo do ecoturismo (Nie; Tang, 2022). Este esforço colaborativo é essencial para criar um ciclo virtuoso de crescimento sustentável e conservação.

Nesse sentido, o cluster 1 aponta para um paradigma emergente no qual a responsabilidade ambiental e social é inerente à lógica empresarial (Mahapatra; Pandey; Pradhan, 2012).

3.2.2 Comportamento de consumo e turismo sustentável (15 artigos)

A exploração do Cluster 2 aponta para um domínio onde o comportamento do consumidor intersecciona com o ecoturismo, em particular o turismo de vida selvagem, sob o prisma de práticas éticas e políticas ambientais. A atenção está voltada para a maneira pela qual as preferências e atitudes dos consumidores moldam e são moldadas pela experiência do turismo em áreas naturais e pela interação com a vida selvagem (Guimarães *et al.*, 2015; Hofman; Hughes; Walters, 2020; Yan, 2020; Tomassini *et al.*, 2022).

A conscientização sobre questões de conservação e bem-estar animal está crescendo, e isso está refletido nas escolhas de lazer dos consumidores, especialmente no contexto do turismo de vida selvagem (Forestell, 1993; Tomassini *et al.*, 2022). Os turistas estão cada vez mais buscando experiências que não apenas lhes permitam conectar-se com a natureza, mas que também contribuam positivamente para a preservação ambiental (Man; Ne, 2019; Zhang, 2019; Lee *et al.*, 2021; Qiao; Li; Peng, 2021). Desse modo, o comportamento de compra no ecoturismo é influenciado por uma série de fatores, incluindo a percepção pessoal de responsabilidade ambiental e a imagem das práticas sustentáveis dos destinos.

Além disso, é importante destacar o papel das políticas ambientais, uma vez que elas são cruciais na formação da imagem de destinos turísticos, onde a gestão e a regulação de áreas protegidas devem ser equilibradas com a promoção e o desenvolvimento do turismo (Korneevets *et al.*, 2018; Xu *et al.*, 2022). Políticas eficazes podem fomentar um ambiente onde o turismo de vida selvagem prospere de maneira responsável, garantindo que os impactos negativos sejam mitigados e que os benefícios sejam maximizados para a conservação (Min, 2015; Tomassini *et al.*, 2022).

Além disso, a ética no turismo de vida selvagem frequentemente entra em debate, questionando-se como as interações turísticas afetam a fauna local e quais são as implicações morais dessas interações (Guimarães *et al.*, 2015; Tomassini *et al.*, 2022; Thomsen *et al.*, 2023). Os artigos inclusos neste cluster (Cluster 2) sugerem uma crescente preocupação com a ética da interação humana com a vida selvagem, exigindo um exame cuidadoso das atividades turísticas e seu alinhamento com os valores de conservação.

A análise dos artigos também indica que os consumidores estão dispostos a alterar seus comportamentos e a pagar mais por experiências que são éticas e ambientalmente sustentáveis (Guimarães *et al.*, 2015; Lee *et al.*, 2021). Esta disposição é parcialmente impulsionada pela crescente influência das redes sociais e pela disseminação de informações sobre as práticas de turismo sustentável (Sadiq; Adil, 2021).

A necessidade de novas práticas no Cluster 2 é também uma constante, à medida que o setor procura novas maneiras de envolver os turistas em práticas sustentáveis, o que inclui o desenvolvimento de programas educativos que informem os visitantes sobre a conservação e promovam um maior respeito pelo ambiente natural (Mihály *et al.*, 2015; Sadiq; Adil, 2021;).

3.2.3 Personalidade e escolha de turismo sustentável (12 artigos)

O Cluster 3 emerge como um campo de estudo intrincado, onde a psicologia do consumidor é analisada sob a lente do ecoturismo. Este cluster examina como os traços de personalidade, as atitudes e a autoidentificação influenciam as decisões dos consumidores, particularmente no que tange à escolha de destinos turísticos que promovam a sustentabilidade ambiental (Ding; Cao, 2018; Adam; Adongo; Amuquandoh, 2019; Carvache-Franco; Segarra-Ona; López, 2019; Wang; Chiu, 2019;

Zhou; Jiang; Xie, 2019; Lin; Huang, 2020; Rafiq; Adil; Wu, 2022; Hassan; Das; Quader, 2023).

Os artigos dentro deste cluster têm destacado a relevância de compreender as motivações dos turistas que optam por experiências ecológicas (Adam; Adongo; Amuquandoh, 2019; Carvache-Franco; Segarra-Ona; López, 2019;). Uma das descobertas chave é que os valores biosféricos, que refletem uma preocupação com o meio ambiente e a vida em geral, estão significativamente correlacionados com a preferência por hotéis verdes e práticas turísticas que minimizam a pegada ecológica (Carvache-Franco; Segarra-Ona; López, 2019).

Além disso, a imagem do destino turístico, juntamente com as orientações de valor do consumidor, desempenha um papel crucial na formação da intenção de compra e na escolha final do destino (Hassan; Das; Quader, 2023). A identidade de marca dos destinos de ecoturismo, portanto, precisa comunicar não apenas os atributos do local, mas também os valores éticos e conservacionistas que eles representam (Mo; Ren, 2020; Zhou, 2020; Yang, 2022).

A adoção de comportamentos proambientais, como parte do turismo sustentável, é mediada por uma série de fatores psicológicos e sociais, o que pode incluir a influência da norma subjetiva e do controle percebido, conforme discutido na teoria do comportamento planejado (Ajzen, 1985) O papel da educação ambiental, nesse contexto, é fundamental para reforçar a percepção de eficácia pessoal e a importância das escolhas individuais no impacto ambiental global (Lengienza; Hunt; Swin, 2023).

Interessantemente, a metodologia de segmentação de mercado tem sido aplicada para identificar nichos específicos dentro do ecoturismo, onde os esforços de marketing podem ser direcionados com mais precisão para influenciar positivamente o comportamento do consumidor (Mo; Ren, 2020; Zhou, 2020; Yang, 2022). A compreensão dos processos de decisão dos consumidores, especialmente no que diz respeito a viagens ecológicas, demonstra um caminho de possíveis ações para operadores turísticos e formuladores de políticas.

Além disso, o Cluster 3 revela a complexidade dos fatores que influenciam a intenção de revisitar e a satisfação do consumidor com a experiência de ecoturismo. Estudos têm indicado que a satisfação do visitante está intrinsecamente ligada à sua percepção de que o destino está alinhado com seus próprios valores proambientais (Ding; Cao, 2018; Adam; Adongo; Amuquandoh, 2019; Rafiq; Adil; Wu, 2022; Hassan; Das; Quader, 2023).

4. Considerações finais

O ecoturismo tem sido amplamente reconhecido por sua contribuição para a sustentabilidade ambiental, social e econômica. Os resultados apresentados neste estudo reafirmam, a partir da literatura, seu papel vital na conservação da biodiversidade e na oferta de serviços ecossistêmicos, além de fomentar o bem-estar das comunidades locais e dos visitantes. Observou-se que, através de práticas responsáveis e bem geridas, o ecoturismo pode alavancar a educação ambiental, o engajamento comunitário e a preservação de áreas naturais, sem comprometer a integridade dos ecossistemas.

No entanto, se faz necessário que haja regulação eficaz e constante, uma vez que na ausência de uma regulação eficaz o ecoturismo pode gerar pressões sobre os recursos naturais, como o excesso de turistas em áreas sensíveis e o uso inadequado de trilhas e habitats. Para minimizar esses impactos, é crucial a implementação de práticas de baixo impacto, como o controle do número de visitantes, o desenvolvimento de infraestruturas sustentáveis e o investimento em programas de conscientização ambiental.

Os benefícios econômicos do ecoturismo também são citados. No geral, os autores apontam para o impulsionamento da economia local e o surgimento de novas alternativas à exploração intensiva de recursos. Contudo, ressalta-se a necessidade de garantir que esses benefícios sejam distribuídos de forma justa e contribuam para o desenvolvimento sustentável das regiões envolvidas.

Para assegurar a eficácia e sustentabilidade a longo prazo do ecoturismo, recomenda-se que futuras pesquisas considerem as particularidades de cada localidade, incluindo fatores climáticos, sazonalidade, diversidade de espécies e características socioeconômicas das comunidades. A avaliação abrangente desses aspectos em diferentes ecossistemas ao redor do mundo fornecerá dados empíricos essenciais para a formulação de políticas públicas e privadas mais efetivas, destinadas a potencializar os benefícios e a mitigar quaisquer efeitos negativos do ecoturismo no meio ambiente e na sociedade.

Referências

ADAM, I.; ADONGO, C.A.; AMUQUANDOH, E. A Structural decompositional analysis of eco-visitors' motivations, satisfaction, and post-purchase behaviour. **Journal of Ecotourism**, v. 18, n. 1, p. 60-81, 2019.

AJZEN, I. From intention to actions: A theory of planned behavior. In: Kuhl, J. (Ed.), **Action control: From cognition to behavior** (p.11-39). New York: Springer, 1985.

- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- ARIA, M.; CUCCURULLO, C. Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. **Journal of informetrics**, v. 11, n. 4, p. 959-975, 2017.
- AXON, S.; LENT, T.; NJOKU, A. Shifting sustainable lifestyle practices and behaviour during times of pandemic disruptive change: implications for on-going socio-technical transitions. **Energy Research & Social Science**, v. 102, 103188, 2023.
- AZMI, E. *et al.* Innovative and competitive: a systematic literature review on new tourism destinations and products for tourism supply. **Sustainability**, v. 15, n. 2, 1187, 2023.
- BILAS, V.; FRANC, S.; VUKOJA, M. The impact of global megatrends on tourism industry. **UTMS Journal of Economics**, v. 13, n. 1, p. 155-164, 2022.
- BO, Z.; YUAN, N. Research on coupling of eco-tourism and economic development. **Journal of Environmental Protection and Ecology**, v. 23, n. 6, p. 2676-2685, 2022.
- BORYSOVA, O.V. *et al.* Ecological tourism: pandemic lessons for Ukraine. **Ukrainian Journal of Ecology**, v. 11, n. 1, p. 191-195, 2021.
- CARVACHE-FRANCO, M.; SEGARRA-OÑA, M.; LÓPEZ, C.C. Segmentation and motivations in eco-tourism: the case of a coastal national park. **Ocean & Coastal Management**, v. 178, p. 1-8, 2019.
- CASTRILLON-JUNIOR, D.A.C. *et al.* Contribuição bibliométrica e produção científica no construto da Gestão territorial. **Research, Society, and Development**, v. 11, n. 14, e64111436064, 2022.
- CENGIZ, T. Tourism, an ecological approach in protected areas: Karagol-Sahara National Park, Turkey. **The International Journal of Sustainable Development & World Ecology**, v. 14, n. 3, p.260-267, 2007.
- CHERKAOUI, S. *et al.* Conservation amid COVID-19 pandemic: ecotourism collapse threatens communities and wildlife in Morocco. **E3S Web of Conferences**, v. 183, 01003, 2020.
- CHIN, C.H.; CHIN, C.L.; WONG, W.P.M. The implementation of green marketing tools in rural tourism: the readiness of tourists? **Journal of Hospitality Marketing & Management**, v. 27, n. 3, p. 261-280, 2018.
- CHIU, Y.H.; LEE, W.; CHEN, T. environmentally responsible behavior in ecotourism: antecedents and implications. **Tourism Management**, v. 40, p. 321-329, 2014.
- COGHLAN, A. Can ecotourism interpretation influence reef. Protective behaviours? Findings from a quasi-experimental field study involving a virtual reality game. **Journal of Ecotourism**, v. 21, n. 2, p. 187-196, 2002.
- CRUZ-MODINO, R.; COSENTINO, M. Conservation hub: the added value of the whale-watching industry. **Sustainability**, v. 14, 13471, 2022.
- DEDEKE, A. Creating sustainable tourism ventures in protected areas: an actor-network theory analysis. **Tourism Management**, v. 61, p. 161-172, 2017.

DING, Z.F.; CAO, B. Exploring the factors in visitors' behavioral intentions: mediation effects on perceived environmental involvement and ecotourism support. **Applied Ecology and Environmental Research**, v. 17, n. 1, p. 1083-1092, 2018.

ERIKSSON, F.; LIDSTRÖM, M. **Sustainable development in ecotourism: tour operators managing the economic, social, and environmental concerns of sustainable development in Costa Rica**, 2013.

FENNELL, D. **Ecotourism: Third Edition**. New York: Taylor & Francis, 2008.

FISCHER, M. *et al.* Sustainable Consumption. In: FISCHER, M. *et al.* **Sustainable Business: managing the challenges of the 21st century**. Cham: SpringerBriefs in Business, 2023.

FORESTELL, P.H. If leviathan has a face, does gaia have a soul? Incorporating environmental education in marine eco-tourism programs. **Ocean & Coastal Management**, v. 20, p. 267-282, 1993.

FORLIANO, C.; BERNARDI, P.; YAHIAOUI, D. Entrepreneurial universities: A bibliometric analysis within the business and management domains. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 165, 120522, 2021.

GOODWIN, H. In Pursuit of Ecotourism. **Biodiversity and Conservation**, v. 5, n. 3, p. 277-291, 1996.

GUIMARÃES, M.H. *et al.* Measuring birdwatchers' preferences: a case for using online networks and mixed-mode surveys. **Tourism Management**, v. 46, p. 102-113, 2015.

HAMID, M.A.; ISA, S.M. Exploring the sustainable tourism practices among tour operators in Malaysia. **Journal of Sustainability Science and Management**, v. 15, n. 1, p. 68-80, 2020.

HASSAN, H.M.; DAS, S.; QUADER, M.S. Evaluating students' behavioral intentions towards ecotourism: an extended theory of planned behavior perspective. **Tourism Review International**, v. 25, p. 403-418, 2023.

HE, H.; MA, L.; DENG, Y.Q. Key success factors in visual communication design for ecotourism tourist environment guide map folders. **Journal of Environmental Protection and Ecology**, v. 22, n. 6, p. 2491-2497, 2021.

HOFMMAN, K.; HUGHES, K.; WALTERS, G. Effective conservation behaviours for protecting marine environments: the views of the experts. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 28, n. 10, p. 1460-1478, 2020.

HUNTER, C.; SHAW, J. The ecological footprint as a key indicator of sustainable tourism. **Tourism Management**, v. 28, p. 46-57, 2007.

HUTMAN, M.; KAZEMINIA, A.; GHASEMI, V. Intention to visit and willingness to pay premium for ecotourism: the impact of attitude, materialism, and motivation. **Journal of Business Research**, v. 68, n. 9, p. 1854-1861, 2015.

JOVANOVIC, S.; MLADENOVIC, D.; ZDRAVKOVIC, J. The effects of Covid-19 pandemic on ecotourism. **Ecologica**, v. 28, n. 101, p. 134-141, 2021.

- KARIMI, S.; SAGHALEINI, A. Factors influencing ranchers' intentions to conserve rangelands through an extended theory of planned behavior. **Global Ecology and Conservation**, v. 26, e01513, 2021.
- KERSTETTER, D.L.; HOU, J.S.; LIN, C.H. Profiling Taiwanese ecotourists using a behavioral approach. **Tourism Management**, v. 25, n. 4, p. 491-498, 2004.
- KLIMENKO, T.I. *et al.* Modeling factors of environmental tourism development in innovation economy. **Ekoloji**, v. 27, n. 106, p. 263-269, 2018.
- KORNEEVETS, V.S. *et al.* Development problems and prospects of environmental tourism in the territory of an UNESCO world. Heritage object "curonian spit" in cross-border cooperation projects. **Ekoloji**, v. 27, n.106, p.1667-1673, 2018.
- LEE, C.K. *et al.* Sustainable intelligence, destination social responsibility, and pro-environmental behaviour of visitors: evidence from an eco-tourism site. **Journal of Hospitality & Tourism Management**, v. 47, p. 365-376, 2021.
- LENGIEZA, M.L.; HUNT, C.A.; SWIM, J.K. Ecotourism, eudaimonia, and sustainability insights. **Journal of Ecotourism**, v. 22, n. 1, p. 43-58, 2023.
- LIN, W.L. *et al.* Study on the impact of environmental protection behaviour of college students in eco-tourism attractions. **Journal of Environmental Protection and Ecology**, v. 23, n. 4, p. 1543-1550, 2022.
- LIN, X.; HUANG, D. The effect of psychological factor and ecotourism on resident's ecological behavior in National Park in China. **Polish Journal of Environmental Studies**, v. 30, n. 3, p. 2191-2201, 2021.
- LIN, X.; HUANG, D. The effect of psychological factors and ecotourism on residents' ecological behavior in National Park in China. **Polish Journal of Environment Studies**, v. 30, n. 3, p. 2191-2201, 2021.
- LOCK, S. **Market size of the ecotourism sector worldwide in 2019, with a forecast for 2027**, 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1221034/ecotourism-market-size-global/#statisticContainer>. Acesso em 20 de ago de 2021.
- LORENZO-ROMERO, C.; ALARCÓN-DEL-AMO, M.C.; CRESPO-JAREÑO, J.A. Cross-cultural analysis of the ecological behavior of Chilean and Spanish ecotourists: a structural model. **Ecology & Society**, v. 24, n. 4, 38, 2019.
- MAHAPATRA, P.S.; PANDEY, R.; PRADHAN, S. River rafting in mountainous regions of Uttarakhand: impacts, suggested mitigation measures and sustainability. **Journal of Mountain Science**, v. 9, p. 511-522, 2012.
- MAN, Z.; NE, Y.E. Organ Asli participation in eco-tourism. Activities at Tasik Chini, Pahang, Malaysia. **Malaysian Journal of Society and Space**, v. 15, n. 4, p. 50-63, 2019.
- MIHÁLY, P.D. *et al.* Role of education and skills in eco-tourism in Szeged, Hungary. A questionnaire-based study. **Journal of Environmental Protection and Ecology**, v. 16, n. 4, p. 1573-1582, 2015.
- MIN, W. Sustainable development pattern of eco-tourism based on stakeholders. **Anthropologist**, v. 22, n. 3, p. 650-661, 2015.

- MO, J.; REN, F. Discrete element analysis on the correlation between marketing means and economic benefits of island ecotourism. **Journal of Coastal Research**, v. S1, n. 103, p. 1038-1041, 2020.
- NASH-STEWART, C.E; KRUESI, L.M.; DEL-MAR, C.B. Does Bradford's Law f Scattering predict the size of the literature in Cochrane Reviews? **Journal of the Medical Library Association**, v. 100, n. 2, p. 135-138, 2012.
- NIE, K.; TANG, X. Study on ecological value co-creation of tourism. Enterprises in protected areas: scale development and test. **Sustainability**, v. 14, 10151, 2022.
- PAN, Q. The past, present and future of coffee tourism. **Open Journal of Business and Management**, v. 11, n. 2, p. 688-703, 2023.
- PINHO, M.; GOMES, S. What role does sustainable behavior and environmental awareness from civil society play in the planet's sustainable transition. **Resources**, v. 12, n. 3, 42, 2023.
- QIAO, M.; LI, H.; PENG, S. Research on the integrated development strategy of sports events and eco-tourism. Industry under rural ecological environment protection. **Fresenius Environmental Bulletin**, v. 30, n. 10, p. 11316-11323, 2021.
- RAFIQ, F.; ADIL, M.; WU, J.Z. Examining ecotourism intention: the role of tourists' traits and environmental concerns. **Frontiers in Psychology**, v. 13, 940116, 2022.
- RANJAN, R.K. Study of best practices for sustainable tourism development: implications for the Uttarakhand Tourism Industry. **AAYAM: AKGIM Journal of Management**, v. 9, n. 1, p. 35-41, 2019.
- RINN, R.; KALABOVÁ, M.; JARSKY, V. Bioeconomy based tourism: a new concept responding to the support of bioeconomy. **Frontiers in Environmental Science**, v. 11, 1122440, 2023.
- SADIQ, M.; ADIL, M. Ecotourism related search for information over the internet: a technology acceptance model perspective. **Journal of Ecotourism**, v. 20, n. 1, p. 70-88, 2021.
- THE INTERNATIONAL ECOTOURISM SOCIETY – TIES. **What is ecotourism?** 2015. Disponível em: <<https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>>. Acesso em 20 de ago 2021.
- THOMSEN, B. *et al.* Multispecies livelihoods: a posthumanist approach to wildlife ecotourism that promotes animal ethics. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 31, n. 5, p. 1195-1213, 2023.
- TOMASSINI, L. *et al.* The space of animal justice in wildlife. Sanctuaries: a posthuman perspective. **Journal of Ecotourism**, 2022.
- TRANGELAND, T. Why do people purchase nature-based tourism activity products? A Norwegian case study of outdoor recreation. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**. v.11, n. 4, p. 435-456, 2011.
- VAUGEOUIS, N. *et al.* **Innovative and promising practices in Sustainable tourism**. Nanaimo: VIU Publications, 2022.
- WANG, C.F.; CHIU, Y.J. The correlation between word of mouse, customer value and purchase intention in eco-tourism industry. **Ekoloji**, v. 28, n. 107, p. 1035-1039, 2019.

- WANG, L.J.; CHEN, N.; LIANG, Y. Research on development of eco-tourism in Shijiazhuang City, China. **Fresenius Environmental Bulletin**, v. 30, n. 8, p. 10341-10348, 2021.
- WEB OF SCIENCE. **Principal Coleção do Web of Science Ajuda**. Disponível em: <https://images.webofknowledge.com/WOKRS519B3/help/pt_BR/WOS/hp_full_record.html>. Acesso em 21 dez. 2023.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - UNWTO. **Tourism Highlights**: 2011. UNWTO, Madrid, 2011.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - UNWTO. **Tourism on track for full recovery as new data shows strong start to 2023**. 2023a. Disponível em: <<https://www.unwto.org/news/tourism-on-track-for-full-recovery-as-new-data-shows-strong-start-to-2023>>. Acesso em 27 jul. 2023.
- XU, L.L. *et al.* Research on the impact of pro-environmental behaviour on eco-tourism consumption from the perspective of self-cognition. **Journal of Environmental Protection and Ecology**, v. 23, n. 5, p. 2019-2026, 2022.
- YAN, Y.X. Development of natural ecological resources and the practice of building tourism brand. **Journal of Environmental Protection and Ecology**, v. 21, n. 4, p. 1386-1393, 2020.
- YANG, X.F. Research on ecological marketing of tourism products in the internet “plus” environment. **Journal of Environmental Protection and Ecology**, v. 23, n. 4, p. 1494-1501, 2022.
- ZHANG, K.; WANG, D.F. Assessment method of environmental carrying capacity of Green ecotourism based on tourists’ perception and experience. **Fresenius Environmental Bulletin**, v. 29, n. 9A, p. 8584-8591, 2020.
- ZHANG, X.J. Study on the influence of ecotourism environmental image on leisure experience and tourism satisfaction. **Ekoloji**, v. 28, n. 107, 1251-1257, 2019.
- ZHOU, P.; JIANG, L.L.; XIE, L. A study on the influence of ecotourism promotion method and brand attitude on consumers’ willingness to buy. **Ekoloji**, v. 28, n. 107, p. 1721-1727.
- ZHOU, Y. Brand design on coastal eco-tourism products based on cultural creativity. **Journal of Coastal Research**, v. S1, n. 112, p. 306-310, 2020.
- ZHU, J.; LIU, W. A tale of two databases: The use of Web of Science and Scopus in academic papers. **Scientometrics**, v. 123, n. 1, p. 321-335, 2020.
- ZHU, Y.; ZAIDIN, N.; PU, Y. Local residents becoming local tourists: value co-creation in Chinese wetland parks during the COVID-19 pandemic. **Sustainability**, v. 14, 12577, 2022.

APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Olá!

O pesquisador responsável pelo projeto “**Ecoturismo no Brasil: Comprometimento Ambiental e Intenção de Consumo**” vinculado ao Programa de pós-graduação em Administração da Escola de Administração e Negócios (ESAN) da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) respeitosamente lhe convida para a participar desta pesquisa.

O objetivo dessa pesquisa é propor um modelo para analisar os níveis de intenção do turista brasileiro em consumir o ecoturismo a partir da Teoria do Comportamento Planejado - TCP.

Para tal, antes de sua realização é importante que seja realizada a leitura atenta do **Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)**. Após a leitura do TCLE, você deve concordar ou não.

Para responder a pesquisa, aconselha-se a escolha de um lugar tranquilo e aconchegante que possibilite concentração para avaliar todas as suposições apresentadas. Ressalta-se que durante a realização da pesquisa, você pode sentir cansaço e desconforto ao responder às perguntas, podendo interromper sua realização.

Devido a atual situação pandêmica que vivenciamos, os participantes não serão acompanhados presencialmente, visando evitar aglomerações. Contudo, a entrevista se dará de modo síncrono em data e horário marcado anteriormente. Neste contexto, devido as limitações obtidas para a realização da presente pesquisa, ressalta-se que há risco inerente a qualquer acesso à internet. Sendo assim, visando reduzir os riscos, todas as respostas serão registradas de modo anônimo, não sendo possível que haja nenhum tipo de identificação do respondente pelo pesquisador.

É garantido o direito a indenização diante de eventuais danos decorrentes da pesquisa. Neste caso, o participante deverá entrar em contato com o pesquisador responsável para que todos os danos possam ser protocolados e cobertos.

Suas respostas são sigilosas e serão analisadas em conjunto. Nenhuma informação que permita sua identificação será divulgada, tendo seus dados guardados por até 5 anos após a finalização da pesquisa. Os resultados serão parte integrante de uma tese de doutorado.

Ao participar desta pesquisa, você concorda que foi informado sobre as condições de coleta e sigilo de seus dados e com a publicação dos resultados de maneira agregada, sem qualquer identificação individual. Se concordar em participar desse estudo, assine o documento que segue e encaminhe para o responsável da pesquisa.

Não existem respostas certas ou erradas. Responda com atenção e exatamente da forma como você acredita. Sua participação é fundamental no sucesso desse trabalho.

É assegurado uma via deste documento para o participante da pesquisa.

Para eventuais dúvidas, esclarecimentos éticos e outras providências que se façam necessárias, entrar em contato com:

- Comitê de Ética em Pesquisa da UFMS – Campus universitário, Prédio das Pró-reitorias – 1º andar, Campo Grande/MS, CEP: 79070-900. Fone: 67- 3345-7187; cepconeppropp@ufms.br

- Álvaro Freitas Faustino Dias - Avenida Senador Filinto muller, 1015 – Cidade Universitária, Escola de Administração e Negócios, Campo Grande – MS, CEP: 79046-460, 67– 98196-5939; alvaro.dias@ufms.br

O tempo estimado para realização da entrevista é entre 20 e 35 minutos. Qualquer dúvida ou informação que necessitar, sinta-se à vontade para nos contatar pelo e-mail.

Equipe de pesquisa

Milton Augusto Pasquotto Mariani

Álvaro Freitas Faustino Dias

Obrigado!

Você está sendo convidado (a) para participar, como voluntário(a), em uma pesquisa. Após ser esclarecido(a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assinale “Aceito participar” ao final desta

. Em caso de recusa você não será penalizado(a) de forma alguma. Não haverá custo financeiro na participação neste estudo.

Tendo em vista a realização da presente pesquisa em ambiente virtual e devido a necessidade de gravação de imagem do participante, se faz necessário que você autorize a gravação da imagem para uso na presente pesquisa. Neste contexto, assinale uma das alternativas abaixo para que possamos da continuidade à realização da pesquisa.

- Autorizo gravação e uso de minha imagem
- Não autorizo gravação e uso de minha imagem

Tendo realizado o preenchimento do bloco anterior, seguem algumas orientações. Durante a realização da pesquisa o/a participante poderá interromper a qualquer momento que desejar por situações diversas, como cansaço. As perguntas são descritas de forma clara e objetiva para que o/a participante não tenha dúvidas sobre elas. A participação na pesquisa ajudará a no entendimento deste fenômeno social estudado, como também na reflexão e proposição de novos estudos em diversas perspectivas e áreas. No entanto, para que possamos considerar sua participação, é necessário que assine abaixo:

Assinatura para aceite de participação

APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA

Esse roteiro de entrevista é parte de uma pesquisa da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) que tem como objetivo identificar as crenças que norteiam as intenções de se consumir o ecoturismo. Estamos interessados em sua opinião sobre as diferentes questões que serão feitas no seu decorrer. Os resultados poderão ajudar órgãos públicos e privados no melhoramento de suas ofertas de produtos e serviços ligados ao ecoturismo. **Não há respostas certas ou erradas, estamos interessados especificamente no seu ponto de vista.** Todas as respostas dessa entrevista são confidenciais, sendo que apenas a equipe da pesquisa terá acesso às respostas.

Álvaro Freitas Faustino Dias - doutorando em Administração – UFMS

Milton Augusto Pasquotto Mariani – orientador

Vamos iniciar a entrevista coletando informações de característica demográfica.

1. Você é morador de que estado/região?

- Distrito Federal (DF)
- Goiás (GO)
- Mato Grosso (MT)
- Mato Grosso do Sul (MS)

A partir de agora iremos fazer **perguntas que buscam compreender suas crenças acerca do** ecoturismo (mesmo que ainda não tenha praticado esse tipo de turismo). Em resposta às próximas perguntas, por favor, liste os pensamentos que vêm imediatamente à sua mente. Considere ecoturismo como as atividades turísticas realizadas no meio rural, em que você vai para admirar, estudar e/ou desfrutar da natureza e da cultura, contribuindo para o desenvolvimento sustentável.

Crenças Comportamentais: Quando se trata de realizar viagens no próximo ano, há alguns pontos individuais que você normalmente considera antes de decidir por determinado comportamento, sobre isso:

2. O que mais vem à mente quando você pensa em realizar uma atividade turística no próximo ano?
3. Quais são as vantagens de realizar uma atividade ecoturística no próximo ano?

4. Quais são as desvantagens de realizar uma atividade ecoturística no próximo ano?

Crenças Normativas: Quando se trata de realizar viagens no próximo ano, pode haver indivíduos ou grupos que pensariam que você deveria ou não realizar esse comportamento, sobre isso:

5. Por favor, liste os indivíduos ou grupos que aprovariam ou acham que você deveria realizar uma viagem ecoturística no próximo ano.
6. Por favor, liste os indivíduos ou grupos que desaprovaram ou acham que você deveria realizar uma viagem ecoturística no próximo ano.
7. Quem são os indivíduos ou grupos que mais te influenciariam em relação a uma viagem ecoturística?
8. Às vezes, quando não temos certeza do que fazer, procuramos ver o que os outros estão fazendo. Por favor, liste os indivíduos ou grupos que você consideraria antes de decidir realizar uma viagem ecoturística no próximo ano.
9. Por favor, liste os indivíduos ou grupos que são menos propensos a realizar uma viagem ecoturística no próximo ano.
10. Quem são os indivíduos ou grupos que você mais consideraria em relação a uma viagem ecoturística?

Crenças de controle: Quando se trata de realizar viagens no próximo ano, há alguns fatores que podem influenciar para que você decida por tal comportamento, sobre isso:

11. Quais são os fatores ou circunstâncias que podem facilitar ou permitir que você realize uma viagem ecoturística no próximo ano?
12. Quais são os fatores ou circunstâncias que podem dificultar ou impedir que você realize uma viagem ecoturística no próximo ano?

Crenças ambientais: Quando se trata do ecoturismo, o perfil do turista é considerado específico, sobre isso:

13. Você se preocupa com o meio ambiente?
14. Para você o que é ser ambientalmente correto?
15. Por favor, liste o que você acredita ser o comportamento de uma pessoa ambientalmente correta.
16. Para você, quais são as características necessárias para um roteiro ecoturístico?

17. Das características citadas anteriormente, quais você acredita serem relevantes para que você realize uma viagem ecoturística no próximo ano?

APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO ACERCA DA INTENÇÃO DE CONSUMO DO ECOTURISTA BRASILEIRO

SEÇÃO 1/3 - TCLE

Olá! O pesquisador responsável pelo projeto “**Ecoturismo no Brasil: Comprometimento ambiental e intenção de consumo**” vinculado ao Programa de pós-graduação em Administração da Escola de Administração e Negócios (ESAN) da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) respeitosamente lhe convida para a participar desta pesquisa.

O objetivo dessa pesquisa é propor um modelo para analisar os níveis de intenção do turista brasileiro em consumir o ecoturismo a partir da Teoria do Comportamento Planejado - TCP. Para tal, antes de sua realização é importante que seja realizada a leitura atenta do **Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)**. Após a leitura do TCLE, você deve concordar ou não.

Para responder a pesquisa, aconselha-se a escolha de um lugar tranquilo e aconchegante que possibilite concentração para avaliar todas as suposições apresentadas. Ressalta-se que durante a realização da pesquisa, você pode sentir cansaço e desconforto ao responder às perguntas, podendo interromper sua realização.

Os participantes não serão acompanhados presencialmente. Neste contexto, devido às limitações obtidas para a realização da presente pesquisa, ressalta-se que há risco inerente a qualquer acesso à internet. Sendo assim, visando reduzir os riscos, todas as respostas serão registradas de modo anônimo, não sendo possível que haja nenhum tipo de identificação do respondente pelo pesquisador.

É garantido o direito a indenização diante de eventuais danos decorrentes da pesquisa. Neste caso, o participante deverá entrar em contato com o pesquisador responsável para que todos os danos possam ser protocolados e cobertos.

Suas respostas são sigilosas e serão analisadas em conjunto. Nenhuma informação que permita sua identificação será divulgada, tendo seus dados guardados por até 5 anos após a finalização da pesquisa. Os resultados serão parte integrante de uma tese de doutorado.

Ao participar desta pesquisa, você concorda que foi informado sobre as condições de coleta e sigilo de seus dados e com a publicação dos resultados de maneira agregada, sem qualquer identificação individual. Se concordar em participar desse estudo, selecione “**Aceito Participar**”, no final da página.

Não existem respostas certas ou erradas. Responda com atenção e exatamente da forma como você acredita. Sua participação é fundamental no sucesso desse trabalho.

Para eventuais dúvidas, esclarecimentos éticos e outras providências que se façam necessárias, entrar em contato com:

· **Comitê de Ética em Pesquisa da UFMS** – Campus universitário, Prédio das Pró-

reitorias – 1º andar, Campo Grande/MS, CEP: 79070-900. Fone: 67- 3345-7187; cepconep.propp@ufms.br

· **Álvaro Freitas Faustino Dias** - Avenida Senador Filinto Muller, 1015 – Cidade Universitária, Escola de Administração e Negócios, Campo Grande – MS, CEP: 79046-460, 67– 98196-5939; alvaro.dias@ufms.br

O tempo estimado para realização da entrevista é entre 15 e 20 minutos. Qualquer dúvida ou informação que necessitar, sinta-se à vontade para nos contatar pelo e-mail.

Equipe da pesquisa

Milton Augusto Pasquotto Mariani

Álvaro Freitas Faustino Dias

OBRIGADO!

Você está sendo convidado (a) para participar, como voluntário, em uma pesquisa. Após ser esclarecido (a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assinale “Aceito participar” ao final desta seção. Em caso de recusa você não será penalizado (a) de forma alguma. Não haverá custo financeiro na participação neste estudo. Durante a realização da pesquisa o/a participante poderá interromper a qualquer momento que desejar por situações diversas, como cansaço. As perguntas são descritas de forma clara e objetiva para que o/a participante não tenha dúvidas sobre as mesmas. A participação na pesquisa ajudará a no entendimento deste fenômeno social estudado, como também na reflexão e proposição de novos estudos em diversas perspectivas e áreas. No entanto, para ser direcionado para a próxima seção, você precisará clicar no campo:

() Aceito Participar

() Não Aceito Participar

SEÇÃO 2/3 – Perfil do Participante

Esta seção visa compreender as **características sociodemográficas dos participantes da pesquisa**. Ressaltamos que todas as informações prestadas por você são anônimas e não serão avaliadas de modo individual.

1. Qual sua idade?

2. Você é morador de qual estado do Brasil?

3. Qual gênero você se identifica?

() Feminino

() Masculino

() Outro _____

4. Sua cor/raça é:

() Amarela

- () Branca
() Indígena
() Parda
() Preta
() Outra _____

5. Qual seu nível educacional?

- () Ensino Fundamental Incompleto
() Ensino Fundamental Completo
() Ensino Médio Incompleto
() Ensino Médio Completo
() Ensino Superior Incompleto
() Ensino Superior Completo
() Pós-Graduação Incompleta
() Pós-Graduação Completa

6. Qual sua renda familiar em salários? (Considere para o salário, o valor de R\$1.212,00).

7. Qual sua ocupação? (Exemplo: Estudante, professor, guia de turismo, atendente de loja, vendedor, médico, dentre outros).

8. Você costuma viajar?

- () Sim
() Não

SEÇÃO 3/3 – Consumo de serviços/produtos ecoturísticos

Para responder as questões abaixo, considere **ecoturismo como as atividades turísticas realizadas no meio rural, em que você vai para admirar, estudar e/ou desfrutar da natureza e da cultura, contribuindo para o desenvolvimento sustentável.**

- As questões a seguir utilizam uma escala com 7 pontos;
- Você deve marcar o número que melhor descrever sua opinião.
- Não pense por muito tempo na sua resposta, sua primeira impressão é geralmente a melhor resposta.
- Responda as questões honestamente; não há respostas certas ou erradas.
- Estamos somente interessados em sua opinião.
- Por favor, considere os seguintes pontos ao responder as questões: **Algumas questões podem parecer similares, mas elas visam diferentes pontos da sua opinião.**

1. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano, seria:

Muito desvantajoso (1); Muiito vantajoso (7)

2. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano, seria:

Pouco importante (1); Muito importante (7)

3. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano, seria:

Inútil (1); Útil (7)

4. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano, seria importante:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

5. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano, seria:

Muito ruim (1); Muito bom (7)

6. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano, seria:

Insatisfatório (1); Satisfatório (7)

7. Para você, visitar um destino ecoturístico no próximo ano, seria:

Desagradável (1); Agradável (7)

8. Quão forte é sua intenção em visitar um destino ecoturístico no próximo ano:

Muito fraca (1); Muito forte (7)

9. Eu pretendo visitar um destino ecoturístico no próximo ano:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

10. Quão provável é que você visitar um destino ecoturístico no próximo ano?

Pouco provável (1) Muito provável (7)

11. Eu planejo visitar um destino ecoturístico no próximo ano:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

12. A maioria das pessoas que são importantes para você, acham que você deveria visitar um destino ecoturístico no próximo ano:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

13. A maioria das pessoas das quais você escuta opiniões aprovariam você visitar um destino ecoturístico no próximo ano:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

14. Quantas pessoas que você conhece, você acha que irão visitar um destino ecoturístico no próximo ano:

Quase nenhum (1); Quase todos (7)

15. A maioria das pessoas que você conhece estão interessadas em visitar um destino ecoturístico no próximo ano:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

16. Se eu quiser, eu posso facilmente visitar um destino ecoturístico no próximo ano:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

17. Se eu quiser, tenho capacidade de visitar um destino ecoturístico no próximo ano:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

18. Eu estou confiante de que eu consigo visitar um destino ecoturístico no próximo ano:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

19. Visitar um destino ecoturístico non próximo ano, está sob meu controle:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

20. Eu sinto que visitar um destino ecoturístico no próximo ano, depende mais de mim do que dos outros:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

21. Se eu realmente quiser, eu consigo visitar um destino ecoturístico no próximo ano:

Discordo completamente (1); Concordo completamente (7)

22. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você acha que o destino escolhido será inovador para você?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

23. Quão importante é para você visitar um destino ecoturístico inovador:

Pouco importante (1); Muito importante (7)

24. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você acha que o destino escolhido será amigo dos animais?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

25. Quão importante é para você visitar um destino ecoturístico que seja amigo dos animais?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

26. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você acha que será necessário planejar a visita?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

27. Quão importante é para você planejar as visitar a destino ecoturístico?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

28. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você acha o destino estará bem localizado?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

29. Quão importante é para você a localização do destino ecoturístico?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

30. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você que encontrará alimentos de qualidade disponíveis?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

31. Quão importante é para você ter alimentos de qualidade disponíveis nos destinos ecoturísticos?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

32. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você acha que terá hospedagem adequada?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

33. Quão importante é para você ter hospedagem adequada ao visitar um destino ecoturístico?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

34. No caso de você visitar um destino ecoturístico no próximo ano, quão provável você acha que desenvolverá novas habilidades na viagem?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

35. Quão importante é para você, desenvolver novas habilidades sobre o ecoturismo?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

36. Quanto você se importa com a opinião de influencer sobre você visitar um destino ecoturístico?

Me importo pouco (1); Me importo muito (7)

37. Quão provável você acha que os influencers te apoiariam se você visitar um destino ecoturístico?

Pouco provável (1); muito provável (7)

38. Quanto você se importa com a opinião de estudantes e pesquisadores ambientais sobre você visitar um destino ecoturístico?

Me importo pouco (1); Me importo muito (7)

39. Quão provável você acha que os estudantes e pesquisadores ambientais te apoiariam se você visitar um destino ecoturístico?

Pouco provável (1); muito provável (7)

40. Quanto você se importa com a opinião de especialistas (guias, ecoturistas) sobre você visitar um destino ecoturístico?

Me importo pouco (1); Me importo muito (7)

41. Quão provável você acha que os especialistas (guias, ecoturistas) te apoiariam se você visitar um destino ecoturístico?

Pouco provável (1); muito provável (7)

42. Quanto você se importa com a opinião de seus amigos sobre você visitar um destino ecoturístico?

Me importo pouco (1); Me importo muito (7)

43. Quão provável você acha que seus amigos te apoiariam se você visitar um destino ecoturístico?

Pouco provável (1); muito provável (7)

44. Quanto você se importa com as notas em sites de avaliação do destino ecoturístico a ser visitado?

Me importo pouco (1); Me importo muito (7)

45. Quão provável você acha que os avaliadores de sites te apoiariam se você visitar um destino ecoturístico?

Pouco provável (1); muito provável (7)

46. Quanto você se importa com a opinião de pessoas com mobilidade reduzida (idosos e dependentes de acessibilidade) na decisão de visitar um destino ecoturístico?

Me importo pouco (1); Me importo muito (7)

47. Quão provável você acha que pessoas com mobilidade reduzida (idosos e dependentes de acessibilidade) te apoiariam na decisão de visitar um destino ecoturístico?

Pouco provável (1); muito provável (7)

48. Atualmente eu tenho recursos financeiros suficientes para visitar um destino ecoturístico?

Discordo totalmente (1); Concordo totalmente (7)

49. Quão importante é para você ter recursos financeiros suficientes para visitar um destino ecoturístico?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

50. Atualmente eu tenho transporte disponível para visitar um destino ecoturístico?

Discordo totalmente (1); Concordo totalmente (7)

51. Quão importante é para você ter transporte disponível para visitar um destino ecoturístico?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

52. Atualmente eu tenho tempo disponível para visitar um destino ecoturístico.

Discordo totalmente (1); Concordo totalmente (7)

53. Quão importante é para você ter tempo disponível para visitar um destino ecoturístico?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

54. Atualmente eu tenho conhecimento sobre o ecoturismo suficiente para visitar um destino ecoturístico?

Discordo totalmente (1); Concordo totalmente (7)

55. Quão importante é para você ter conhecimento suficiente sobre o ecoturismo para visitar um destino ecoturístico?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

56. Para você, fortalecer o contato com o meio ambiente ao visitar um destino ecoturístico é?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

57. Quão provável é que você fortalecerá o contato com o meio ambiente ao visitar um destino ecoturístico?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

58. Para você qual é importante a existência de estrutura do ambiente (acesso via asfalto, internet, estrutura para acampar etc.) ao visitar um destino ecoturístico é?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

59. Quão provável é que o destino ecoturístico a ser visitado terá estrutura (acesso via asfalto, internet, estrutura para acampar etc.)?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

60. Para você a cultura local do destino ecoturístico é?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

61. Quão provável é que o destino ecoturístico a ser visitado terá cultura local forte?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

62. Para você quão importante é que o destino ecoturístico tenha responsabilidade com os recursos ambientais?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

63. Quão provável é que o destino ecoturístico a ser visitado terá responsabilidade com os recursos ambientais?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

64. Para você a valorização dos povos tradicionais no destino ecoturístico é:

Pouco importante (1); Muito importante (7)

65. Quão provável é que o destino ecoturístico a ser visitado por você, valorizará os povos tradicionais?

Pouco provável (1); Muito provável (7)

66. Fortalecer minha conexão com o meio ambiente no futuro é?

Pouco importante (1); Muito importante (7)

67. Sinto-me fortemente ligado ao meio ambiente.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

68. Quando faço planos de viagens, levo em consideração como minhas decisões podem afetar o meio ambiente.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

69. Parece-me que os seres humanos e o meio ambiente são interdependentes.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

70. Sinto-me bem quando acontece algo que beneficia o meio ambiente.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

71. Sentir uma conexão com o ambiente é importante para mim.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

72. Espero sempre sentir uma forte conexão com o meio ambiente.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

73. Acredito que o bem-estar do ambiente natural pode afetar meu próprio bem-estar.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

74. É improvável que eu sinta uma conexão com o meio ambiente no futuro.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

75. Sinto-me muito ligado ao ambiente natural.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

76. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha parques naturais.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

77. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha beleza natural suficiente.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

78. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha Museus e informações históricas suficientes.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

79. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha acomodações de qualidade.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

80. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha informações turísticas adequadas.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

81. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha condições de higiene e limpeza adequados.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

82. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha lindas cachoeiras.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

83. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha vida noturna atrativa.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

84. Para mim é importante que o destino ecoturístico tenha área de esportes adequadas.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

85. Para mim é importante que as pessoas do destino ecoturístico sejam amigáveis.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

86. Para mim é importante que o destino ecoturístico seja uma cidade segura.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

87. Para mim é importante que os preços das acomodações no destino ecoturístico sejam razoáveis

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

88. Para mim é importante que o destino ecoturístico seja em uma cidade de fácil acesso.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

89. Para mim é importante que o destino ecoturístico seja em uma cidade animada.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

90. Para mim é importante que o destino ecoturístico seja em uma cidade excitante.

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)

91. Para mim é importante que o destino ecoturístico seja em uma cidade agradável

Discordo totalmente (1); Concordo Totalmente (7)