



# XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA  
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual  
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAI ANPTUR | ISSN 23596805

## Viajar ou não viajar: Estudo sobre a intenção do consumidor de turismo para o ano de 2021 e 2022.

Wagner Araújo Oliveira <sup>1</sup>

Itamara Lúcia da Fonseca <sup>2</sup>

Sérgio Marques Júnior <sup>3</sup>

### Resumo

O presente estudo tem como objetivo analisar os fatores que afetam a intenção de viagem do consumidor de turismo durante a pandemia do Covid-19 no ano de 2021 e 2022. Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva com abordagem quantitativa. Para o *corpus* do trabalho, foi realizada pesquisa bibliográfica, por meio do levantamento de referências que abordassem as temáticas pertinentes a este trabalho: turismo, intenção de viagem, teoria do comportamento planejado e Covid-19. Quanto ao instrumento de coleta de dados, foi utilizado questionário com base na Teoria do Comportamento Planejado. A coleta se deu por meio da plataforma *Google Forms*, que ficou disponível durante 7 dias referente ao período entre 22 de janeiro a 29 de janeiro de 2021. O tipo de amostragem utilizada foi a não probabilística, de modo que após o tratamento dos dados coletados, foram considerados 174 questionários válidos para análise e discussão dos resultados. Quanto às técnicas de análise foram utilizadas a Análise Fatorial Exploratório (AFE), assim como a Modelagem de Equações Estruturais (MEE). Em relação ao perfil dos entrevistados, 30,5% corresponderam ao sexo masculino e 69,5% feminino. A faixa etária de maior incidência entre os respondentes foi de jovens entre 21 e 30 anos (58%), sendo o nível de renda familiar mais apontado entre R\$ 1.101,00 a R\$ 5.500,00 reais, seguido do estado civil "solteiro (a)" que atingiu o percentual de 64,9%. Dos entrevistados, 70,7% pretendem viajar em ambos os anos (2021 e 2022), enquanto 25,9% pretendem viajar só no ano de 2022 e apenas 3,4% pretendem viajar no ano de 2021. Em se tratando dos motivos para viagem, foi possível identificar os dois principais, que são: vontade de conhecer novos lugares (52%) e visitar amigos e parentes (19%). O modelo estrutural apresentou-se adequado à explicação e ajuste da amostra utilizada, visto que foi obtido um  $R^2$  de 0,75. Através dos coeficientes de trilha obtidos, observa-se que as dimensões Atitude e Normas Subjetivas apresentaram-se como fortes antecedentes da intenção de viajar no período em análise. Assim, diante da análise dos dados puderam

<sup>1</sup> Doutorando, Mestre e Bacharel em Turismo pelo Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte/ Natal, Brasil. Link para currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/7816610293719316>. E-mail: [wagner.araujo.098@ufrn.edu.br](mailto:wagner.araujo.098@ufrn.edu.br).

<sup>2</sup> Doutoranda, Mestre e Bacharel em Turismo pelo Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte/ Natal, Brasil. Link para currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/5729671932630585>. E-mail: [itamaraf@hotmail.com](mailto:itamaraf@hotmail.com).

<sup>3</sup> Doutor em Agronomia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), Botucatu (RS) Brasil. Professor de pós-graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, Brasil. Link para currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/3095760811566254>. E-mail: [sergio@ct.ufrn.br](mailto:sergio@ct.ufrn.br)



# XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA  
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual  
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

ser confirmadas as hipóteses do trabalho, que conferiram intenções positivas de viagem para o presente ano de 2021 e 2022, sinalizando comportamentos resistentes dos consumidores de turismo mesmo em tempos de crise e pandemia.

**Palavras-chave:** Turismo; Intenção; Viagem; Covid-19; Pandemia.

\*O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.