



Os Fatores Motivacionais que Influenciam na Decisão de Viagem: Um Estudo Comparativo Entre as Gerações X, Y e Z

Bárbara Cardoso Seabra- Graduada. EACH-USP¹
Bianca Lopomo Defendi- Graduada. EACH-USP²
Helen Moura dos Santos- Graduada. EACH-USP³
Iasmin Duarte Gibin Ramos- Graduada. EACH-USP⁴
George Bedinelli Rossi- Doutorado. PPGTUR-USP⁵

Resumo

O presente estudo tem como objetivo identificar os fatores motivacionais que levam as gerações X, Y e Z a decidir viajar, revelando forças internas como necessidades (push factors), e a escolher um determinado destino turístico, considerando fatores de atração (pull factors). A revisão da literatura foi feita em relação aos conceitos de Turismo, Motivação, Gerações X, Y e Z e, por fim, motivação para viajar a turismo das Gerações X, Y e Z. Essa revisão da literatura teve por finalidade identificar as variáveis e fatores a serem usados na pesquisa. Para isso, definiu-se para a coleta de dados uma pesquisa quantitativa do tipo conclusiva descritiva transversal única com amostra não probabilística. A amostra teve por base 249 respostas válidas ao questionário enviado de forma eletrônica. A amostra contou com 43,4% de respondentes da geração Z, 24,9% da Y e 31,7% da X. A análise dos dados foi feita de forma a analisar a variância (ANOVA) para comparar as médias desses diferentes grupos a fim de identificar as diferenças entre essas gerações em relação aos fatores motivacionais que influenciam a decisão de viagem. Os resultados das análises apresentaram fortes evidências que levam às seguintes considerações: (1) nos fatores push as diferenças entre as gerações estão em “fugir do comum”, “estar junto da família” e “ir para lugares que os amigos nunca foram”; (2) nos fatores pull apenas “ambientes incomuns” apresentou diferença entre as gerações, sendo, dentre elas, as X e Z; (3) os fatores push “conhecer lugares novos”, “ampliar conhecimento”, “conhecer pessoas novas”, “não fazer nada”, “experimentar estilo de vida simples”, “conhecer diferentes povos e culturas” e “viver experiências luxuosas” são considerados de forma semelhante pelas gerações; (4) os fatores pull “higiene e limpeza”, “segurança pessoal”, “custo-benefício”, “clima local”, “atividades ao ar livre”, “locomoção” e “atrações turísticas” são considerados de forma semelhante pelas gerações.

Palavras-chave: viagem; motivação; geração X; geração Y; geração Z.

¹ Graduada em Marketing pela Universidade de São Paulo (EACH-USP). E-mail: barbara.seabra@usp.br.

² Graduada em Marketing pela Universidade de São Paulo (EACH-USP). E-mail: bilopomo@usp.br.

³ Graduada em Marketing pela Universidade de São Paulo (EACH-USP). E-mail: helenmoura@usp.br.

⁴ Graduada em Marketing pela Universidade de São Paulo (EACH-USP). E-mail: iasmingibin@usp.br.

⁵ Doutor em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas – FGV. Professor da Universidade de São Paulo – USP. <http://lattes.cnpq.br/6837228828495794> - gbrossi@usp.br.