

## Bem estar e comportamento de compra no ecoturismo

### Well-being and buying behavior in ecotourism

Recebido: 20/09/2020 | Revisado: 10/10/2020 | Aceito: 15/11/2020 | Publicado: 06/12/2020

**Thiago Bezerra da Silva**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: tbezerrasilva@hotmail.com

**Max Leandro de Araújo Brito**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2827-9886>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: max.brito@ceres.ufrn.br

#### Resumo

O estudo presente vem mostrar que o Ecoturismo vem crescendo nos últimos tempos, e que além de trazer um aumento na economia, traz consigo outros benefícios que vem ajudar na qualidade de vida de quem busca. O trabalho tem como objetivo discutir a influência da atividade do ecoturismo no bem estar dos praticantes. Para isso, foi aplicado um questionário para oito clientes/turistas que relataram suas experiências e conhecimentos com o ecoturismo, e qual a visão do com relação ao entretenimento que é proporcionado. Os resultados alcançados foram satisfatórios, mostrando que a cada dia mais pessoas querem ter aproximação com a natureza, pois, a rotina é a causa dessa fuga. O estudo vai mostrar que o turista é consciente e é de suma importância a educação ambiental, e que a natureza só vai proporcionar bons momentos se a preservação for possível, ou seja, o ecoturismo se constitui se a ideia de consciência ambiental existir.

**Palavras-chave:** Empreendimento Ecoturismo; Comportamento; Desenvolvimento sustentável; Consumidor.

#### Abstract

The present study shows that Ecotourism has been growing recently, and that besides bringing an increase in the economy, it brings with it other benefits that come to help the quality of life of those who seek it. The work aims to discuss the influence of ecotourism activity on the well-being of practitioners. For this, a questionnaire was applied to eight clients / tourists who reported their experiences and knowledge with ecotourism, and what is the vision of the entertainment that is provided. The results achieved were satisfactory, showing that every day more people want to get closer to nature, because routine is the cause of this escape. The study will show that the tourist is conscious and environmental education is of paramount importance, and that nature will only provide good moments if preservation is possible, that is, ecotourism is constituted if the idea of environmental awareness exists.

**Keywords:** Ecotourism enterprise; Behavior; Sustainable development; Consumer.

## 1. Introdução

A necessidade de fuga do estilo de vida urbano, a procura por locais mais saudáveis e a conscientização das pessoas em relação aos problemas ambientais fizeram nascer o ecoturismo em locais com características únicas e de elevada sensibilidade ecológica. O ecoturismo cresceu e se tornou, nas últimas duas décadas, um dos setores mais dinâmicos da indústria do turismo e evoluiu em um conjunto de princípios e práticas, desafiando o estilo de viajar do século XXI.

Há um aumento da preocupação mundial pelos os recursos naturais, como o turismo ligado ao contato com a natureza, isto é, o ecoturismo, é constatado que vem sendo uma maneira de proteção e conservação do meio ambiente, trazendo uma forma de ajudar a desenvolver a economia para os lugares em que oferecem esse meio de modalidade. Se trabalhada de maneira correta, é perceptível que o seu impacto é muito menor do que outras atividades que também é ligada ao meio ambiente, se desenvolvida e operada adequadamente, a atividade causa menor impacto ambiental e cultural que outras atividades agropecuárias.

Pode-se ver que as ações das atividades ecoturísticas são de um tamanho menor, alcançar eficiência e eficácia transfigura em ser desafiador. Outrossim, as viagens específicas compõem-se um setor segmentado, sem muitas parcerias, como organizações sem fins lucrativos, que acobertem o seu desenvolvimento.

A importância dada ao ecoturismo no âmbito da temática do desenvolvimento sustentável faz necessária a reflexão sobre como o Brasil pode se tornar um protagonista no setor, assim como sobre o papel que os tribunais de contas podem desempenhar nesse processo.

O ecoturismo é alvo da atenção de um grande número de pessoas, incluindo os administradores de áreas protegidas, pois estas áreas estão recebendo um número cada vez maior de visitantes sem o devido conhecimento dos impactos e dos possíveis benefícios dessa nova atividade. Este fato justifica a importância do planejamento da atividade de ecoturismo para que se possam mensurar os custos e benefícios potenciais da atividade. A principal tarefa dos planejadores é procurar os pontos comuns entre ecoturismo, conservação e o desenvolvimento, para minimizar custos e maximizar benefícios.

Tendo em vista o contexto apresentado, o presente estudo tempo por objetivo discutir a influência da atividade do ecoturismo no bem estar dos praticantes.

## 2. O Ecoturismo, a qualidade de vida e o comportamento do consumidor

Nos últimos tempos o Ecoturismo vindo sendo a atividade mais promissora e investida. É perceptível a viabilidade do Ecoturismo como atividade econômica, responsável por movimentar a economia em todo o mundo. Porém, vindo por outro ângulo esta atividade de tamanha expectativa e potencialidade também causa preocupação diante de seu crescimento sem planejamento ante os possíveis impactos ambientais, sendo certo considerar que: “o turismo, de modo geral, já é a indústria civil mais importante do mundo. DE acordo com o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (World Travel and Tourism Council — WTTC), o turismo é hoje a maior indústria do planeta [...]. A indústria do turismo é maior do que a do automóvel, do aço, da eletrônica ou da agricultura” (LINDBERG; HAWKINS, 1995, p. 25).

Além dos benefícios econômicos, apontamos que a atividade do Ecoturismo não pode ser desenvolvida na forma como vem sendo realizada em boa parte dos países do mundo, inserindo-se nesse contexto o Brasil, tendo em vista que seu desenvolvimento deve estar alicerçado em bases sólidas, implementado através de políticas de desenvolvimento sustentável e de forma planejada.

Desta forma podemos destacar a participação das comunidades locais, onde ocorre a geração de renda e ainda a qualidade da experiência turística, como pilares para uma gestão sustentável do ecoturismo.

A participação em atividades do ecoturismo pode trazer satisfação pessoal. Cada ser humano tem os seus objetivos e necessidades a serem satisfeitas, dependendo de diversos fatores como a sua ambição pessoal, suas expectativas no trabalho, da função exercida na organização (NASCIMENTO; BRITO, 2020; REIS; BRITO, 2015; COELHO et al, 2016; REIS; BRITO, 2018), de suas experiências, do seu dia-a-dia, enfim são inúmeros os fatores que contribuem para satisfação dos indivíduos.

Então, percebe-se que pessoas informadas e motivadas se comportam de maneira positiva, gerando bons resultados tanto para a empresa como para o convívio social, onde assim, vem contribuindo para um bom clima e acima de tudo obtendo uma qualidade de vida tanto na vida pessoal como na vida profissional.

Além da satisfação pessoal, são diversos os motivos que traem o cliente do ecoturismo. Nos tempos atuais o mercado competitivo, compreender o que o consumidor pensa e trabalhar as mais variáveis ferramentas existentes no mercado para facilitar a decisão de compra destes, além de entender o comportamento que este consumidor vem desenvolvendo, é fundamental para diferenciar-se e obter sucesso no negócio (CAVALCANTE; BRITO; ARAÚJO, 2013; OLIVEIRA et al, 2016; BRITO; PESSOA; PESSOA, 2018).

Vários fatores internos e externos influenciam o processo de decisão de compra (FONTES et al, 2012; CARVALHO et al, 2012; HIGINO et al, 2017; GARCIA; BRITO, 2020; SANTANA; BRITO, 2020; FERREIRA; BRITO, 2020). Os indivíduos buscam em suas memórias experiências anteriores, crenças, atitudes, informações, interpretações, desejos e ou necessidade que irão influenciar na tomada de decisão (COSTA; BRITO, 2020; MORAIS; BRITO, 2020; JACOME et al, 2020; SILVA et al, 2020; SALES FILHO et al, 2020; SILVA et al, 2019; BRITO et al, 2013). Quando conclui a sua escolha este indivíduo é definido um consumidor, ser meramente presente da sociedade moderna (CAETANO et al, 2016; LIMA et al, 2016). “Podemos dizer que o processo de compra é caracterizado em três etapas, onde em um primeiro momento o consumidor geralmente reconhece sua necessidade, alimenta-se de informações sobre o produto ou serviço, avalia possíveis alternativas de compra, podendo ser chamada esta etapa de pré-compra. A segunda etapa ou a compra propriamente dita ocorre quando o consumidor realiza a ação efetiva de comprar. Na sequência ocorre a pós-compra, o consumidor passa a avaliar a compra realizada e com isto formará opinião, reforçando ou não a ação” (MEDEIROS; VIERA; NOGAMI, 2013, p. 103).

A evolução tecnológica e os tempos modernos o comportamento do consumidor transformou-se ficando bastante perspicaz. Conhecer o comportamento de compra, padrões de consumo e os processos de decisão de compra dos consumidores tornaram-se indispensáveis no entendimento de suas escolhas. Os fatores que influenciam estes consumidores podem surgir tanto do ambiente, como do contexto social que o indivíduo está inserido, o processo de consumo se desenvolver a partir de suas características pessoais, são várias as influências externas e internas que podem influenciá-lo. A elevação de marcas e modelos, incremento de novas modalidades de vendas, evolução na forma de se comunicar, internet e a própria globalização, podem fazer parte deste contexto (COSTA; BRITO, 2020).

“Estes fatos levaram a uma principal modificação da percepção dos consumidores, obrigando as empresas a buscarem se diferenciar e agregar valor aos seus produtos e serviços” (MEDEIROS; VIERA; NOGAMI, 2013). Os consumidores demonstram uma pré-disposição para experimentar produtos inovadores, e leva em consideração que os indivíduos podem passar por ações de predisposição a inovação, quando ocorre um grau de antecipação na adoção de novas ideias dentro de um mesmo grupo social. Os processos de troca envolvidos na aquisição entre agentes participantes.

Assim pode ver que o consumo e pós consumo de bens ou serviços, ideias, experiências, decisões, ações de aquisição, descarte e uso de produtos e serviços, deveriam ser compreendidas como comportamento do consumidor (LIMA et al, 2019). Este por sua vez se mostra ser contínuo e dinâmico, podendo sofrer mudanças frequentes. Normalmente o consumo se desenvolve em três fases: a primeira de aquisição, que analisa o que pode ter influenciado a escolha; o segundo consumo, nesta fase busca-se entender a utilização e consequências do uso do produto; já a terceira que é a disposição, que leva em consideração a satisfação após o uso, e procura entender o descarte.

Adquirir algo, por sua vez está na dependência da motivação, que tem como base as necessidades e os desejos, gerando o comportamento. Segundo Liu (2010), “o aumento na intensidade da influência dos fatores externos surgida com a ascensão e ampliação da Internet, somadas a forte participação das redes sociais no dia a dia dos indivíduos, veio reforçar hábitos e decisões dos consumidores. Isto fez surgir novas variáveis para a busca de informações, que agregou o aprendizado e gerou sofisticação nestes consumidores”.

Para os consumidores ativos e entrelaçados as novas tecnologias, passaram a acessar e difundir opiniões, pensamentos e informações de forma rápida, eficiente e com grande volume, o que acarretou e vem ainda acarretando

consideráveis mudanças no mercado. Este determinado consumidor vem se caracterizando pelo seu ímpeto em pesquisar, conhecendo as ferramentas de buscas e acessando grandes volumes de informações, entendendo melhor o mercado, utilizando e reforçando suas experiências passadas, buscando o menor custo. Onde estão abertos à utilização de novos produtos e experiências e trazendo para consigo uma autoestima positiva.

### 3. Metodologia

Uma vez que existem diversos fatores que influenciam o comportamento do consumidor é necessário um rigor do método para atingir os objetivos da pesquisa. Dessa maneira, será aplicada uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório. De acordo com Malhotra (2006), a pesquisa qualitativa baseia-se em pequenas amostras, proporcionando assim, uma melhor compreensão do contexto do problema. Ainda, a pesquisa exploratória é preferível quando o objetivo é a descoberta de ideias e dados, sendo necessário explorar um problema para prover critérios e compreensão (MALHOTRA, 2006).

Para complementar ao estudo que estar sendo feito foi preciso coletar relatos sobre o que as pessoas acham e como se comportam diante da busca por atividades do ecoturismo, dessa forma foi aplicado uma entrevista onde continha 4 perguntas sobre o qual o tema estar sendo abordado, a escolha dos participantes foram baseado nos tais critérios como, os que viajam sempre que pode, gostam do contato com a natureza, esportes radicais e aventuras, há os que viajam pouco a lazer por questões de poucos recursos financeiros disponíveis, porém, curte muito a vida saudável. Tem os que viajam bastante, e está começando apreciar mais o contato com a natureza agora. E os que sempre estão conectados com a natureza e o intuito de conhecer lugares e pessoas novas. Foram escolhidas pessoas com profissões diferenciadas como nutricionistas, educador físico, representante comercial, administrador, farmacêutico.

O que se percebe que a aproximação com a natureza estar se tornado a cada dia mais desejáveis entre as pessoas, a fuga para lugares que transmite paz e equilíbrio a mente e ao corpo são a procura que cresce na atualidade. As pessoas por terem em seu dia a dia uma rotina cansativa, e cheio de turbulência, busca em seus finais de semanas algo que desligue o indivíduo do meio estressante e ligue ao que realmente trará uma sensação de tranquilidade e descanso emocional, corporal e mental.

Para melhor entender e conhecer o que e como cada pessoas se sente com relação ao ecoturismo foi aplicado a eles uma entrevista onde tinha 4 perguntas subjetivas, onde cada um se expressou de maneira livre e sucinta. E para também entender o lado empreendedor também foi procurado o gestor/guia para melhor coleta de informações e compreensão com relação ao ecoturismo.

Após a coleta de dados foram feitas as análises das codificações dos grupos de entrevistados, onde estabeleceram relações entre as mesmas e o conteúdo da revisão bibliográfica, com enfoque nos fatores motivacionais relacionados ao consumo de turismo. A partir dessa análise, foram obtidos os resultados apresentando-lhes ao estudo em construção.

Para um melhor desempenho do estudo em foco, após a coleta dos dados ocorreu uma análise de conteúdo, tendo por objetivo uma avaliação sobre o que se coletado para a complementação da pesquisa de forma que a pesquisa pode ser qualitativa e/ou quantitativa. O autor Bardin faz uma divisão os conteúdos da seguinte maneira: Histórica e teórica, parte prática, métodos de análise e técnicas de análise. Cada uma tem um processo que leva a pesquisa ao seu ponto final de conclusão.

No campo da parte prática pode-se ver que segundo Bardin (2011) “a entrevista é um método de investigação específico e a classifica como diretivas ou diretivas, ou seja, fechadas e abertas.”

Bardin (2011, p.100) ainda diz mais “com os dados transcritos, inicia-se a leitura flutuante. Em seguida, passa-se a escolha de índices ou categorias, que surgirão das questões norteadoras ou das hipóteses, e a organização destes em indicadores ou temas. Os temas que se repetem com muita frequência são recortados “do texto em unidades comparáveis de categorização para análise temática e de modalidades de codificação para o registro dos dados”.

A análise de conteúdo pode ser vista que é uma leitura perspicaz, enfatizada por situações demonstradas pelo sistema linguístico e objetiva a descoberta das relações existentes entre o conteúdo do discurso e os fatos externos. Em outra partida, as técnicas oferecem a compreensão, o uso e aplicação dos conteúdos específicos.

### 4. Resultados e Discussão

Foi percebido que o bem estar e a sensação de equilíbrio em contato com a natureza vem contagiando desde do gestor/guia até o praticante. Para todos o contato com a natureza é um grande motor à apreciação sobre o ambiente e à sua preservação, porém há um espaço a ser preenchido entre essa apreciação e a Educação Ambiental. O maior contratempo é visto no modo de em conseguir converter esse apreço em educação e, em consequência, em ações afetivas e efetivas.

O presente estudo buscou através de uma aplicação de questionários com os participantes que apreciam e buscam o ecoturismo como estilo de vida, foram aplicados a pessoas que tem como profissão nutricionista, administradora, farmacêutica, educador físico, representante comercial e autônomo. Para conhecer melhor o lado administrativo também foi aplicado ao gestor.

Dessa forma, para entender e conhecer a posição dos clientes foi aplicado um questionário para 8 participantes: o participante 1 viaja sempre que pode, gosta do contato com a natureza, e é administradora. O participante 2 viaja pouco a lazer por questões financeiras, mas curte muito a vida saudável, é nutricionista. Participante 3, viaja bastante, está apreciando mais o contato com a natureza agora, curte maquiagem e moda e é formada em Farmácia. O participante 4 sempre conectado com a natureza e viaja sempre que o dinheiro estar disponível. Os participantes 5 e 6 viajam bastante, sempre com intuito de apreciar a natureza, conhecer lugares e pessoas novas. O participante 7 trabalha viajando e viaja bastante a lazer, mantém o contato quase que diário com a natureza. E o participante 8 é educador físico e amante da natureza, une as práticas de esporte e

aventura com as viagens para apreciar paisagens novas, cada um deu a sua resposta, onde através delas podemos conhecer melhor o serviço e entretenimento que é oferecido. Para o primeiro questionamento foi apresentado: o que atrai nas atividades ecoturística, as respostas foram dadas das seguintes forma além do contato direto e a exploração de conhecer melhor a natureza, ainda pode ser compartilhado com mais pessoas a sensibilidade do momento, trazendo a paz do espírito e ocorrendo uma troca de energia entre o ambiente e pessoas, como também, passar por adrenalina, conhecer novos lugares e pessoas, trazendo para si um bem-estar irredutível.

As respostas obtidas dos participantes na questão 1 “- é ter a chance de conhecer e explorar a natureza ao mesmo tempo que esse conhecer e explorar é compartilhado com outras pessoas”. “- A paz de espírito que a natureza proporciona, concomitante a troca de energia entre o ambiente e as pessoas.”. “- O contato com a natureza, a adrenalina da aventura”. Com relação ao contato com a natureza, tem como significado do Ecoturismo e foi nesse sentido que as respostas obtidas relacionam que é o contato direto com a natureza em seu estágio vivo, em sua beleza, é curtir o meio natural, as paisagens naturais, o lazer que é permitido preservando o meio ambiente. Segundo Faria (2019) “O ecoturismo é um segmento do turismo voltado para a contemplação, atividades de lazer, esportivas ou educacionais no meio natural de forma a preservar os patrimônios naturais e culturais do local visitado.” Por isso, essa prática na atualidade é procurada devido a sua forma de sensação e qualidade de vida para as pessoas que buscam esse meio.

Na questão 2 as respostas foram as seguintes: “- Ecoturismo significa conexão com a natureza através de atividades que me proporcionem adrenalina e muitas emoções positivas.” “- É o tipo de turismo mais genuíno que existe, pois respeita as condições naturais da vida como um todo e incentiva a consciência ecológica.” E outros responderam: “- É aprender a estar na natureza sem agredi-la ou poluí-la. Respeitando o espaço e pensando que as gerações futuras poderão, sim, usufruir daquela mesma conexão (homem - natureza).”

O ecoturismo trás diferença no que é denominado “turismo de massa”, cujo mencionado o segundo tem por objetivo retomado para o aumento do lucro por meio da propensão de uma grande quantidade possível de turistas, onde o ecoturismo pretende à consequimento dos melhores resultados. Buscando trabalhar com uma quantidade de turistas reduzido e até mesmo limitado, cujo o intuito é de evitar ou minimizar os impactos sobre o ecossistema do local visitado, diferente do turismo em massa que fica fora de cogitação essa preocupação.

No terceiro questionamento foi abordado se o turista conhece a relação entre o ecoturismo e a educação ambiental e como respostas obtiveram as seguintes: “- Atividades de ecoturismo são muito importantes para conscientizar as pessoas da importância da preservação. Conhecer outros lugares nos leva a conhecer novas histórias, e conhecendo sabemos por qual motivo temos que cuidar. Preservar é o nosso dever mesmo que nunca voltemos ao mesmo lugar, porém outras pessoas também poderão ter o prazer de apreciar as coisas que vimos e vivemos se fizermos nossa parte. No ecoturismo encontramos uma bela oportunidade de conscientização da comunidade.”, “- A relação deve ser cada vez mais estreita, pois a educação ambiental é essencial ao ecoturismo.” “- O ecoturismo incentiva a sustentabilidade e a educação ambiental torna as pessoas conscientes para cuidar do meio ambiente.” “- Acredito que sem a educação ambiental o ecoturismo não existe.”. Pois se sabe que o ecoturismo por si só é altamente educacional pelo fato de ter por objetivo uma quantidade mínima de turistas pela preocupação de preservação do meio ambiente, visto a correlação entre ambos, e para o turista, é perceptível a ligação entre ambos. O turista consegue relacionar o cuidado com o meio ambiente e a sua exploração para o lazer, para ele o ecoturismo promove a educação a educação ambiental, se interligam, como também incentiva a sustentabilidade, conscientiza as pessoas, fazem relações estreitas, o qual essa educação ambiental é altamente essencial para o ecoturismo.

Diante de toda uma conscientização e conhecimento do ecoturismo foi indagado também, para a finalização da questão, quais as mudanças que essa pratica gerou na vida do turista, como respostas de maneiras bem satisfatórias: “- Fez-me uma pessoa mais consciente em cuidar e preservar do nosso meio ambiente, sem falar na melhoria na minha qualidade de vida depois de ter mais contato com a natureza.”, “- Gerou esperança, conhecimento, educação e principalmente o aprendizado com o próximo que compartilha comigo suas experiências em meio a conexão com a natureza.”. Observa-se que as relações interpessoais novas são bem explícitas, fazer boas e novas amizades trazem para si sensações de bem estar, como também conhecer lugares novos, histórias de locais, a qual até o momento, eram desconhecido para tais turistas, aprendizados, um acúmulo de experiências, qualidade de vida, mudança de pensamentos, reflexões, como também lazer, direito a vida ao ar livre e desbravar algo novo. Coma as pessoas vivem sobre muita tensão devido aos trabalhos e convívios diários exaustivos.

A busca por momentos descontraídos traz prazeres que fazem as pessoas irem cada vez mais atrás. Enquanto empresa que tem como objetivo proporcionar esses momentos, o gestor também expõe a sua visão, para isso, foi aplicado a ele um questionário, não só visando o lucro, como por traz a proporcionalidade de querer dar aos clientes experiências satisfatórias com qualidade gratificante. Na sua concepção, por sentir na natureza a reconexão necessária para mantermos o equilíbrio de corpo e mente sã, sem falar na oportunidade de se desconectar um pouco do digital e das preocupações da rotina diária. Proporcionando pra reunir os amigos e fazer novos, o que deixa tudo bem melhor.

Para o investimento financeiro é buscado a melhor qualidade do serviços prestado com custos baixos, porém antes de tudo é feito um análise financeira, levantando todos os valores prévios para que assim possa totalizar um valor x que atrai o turista para roteiro formado, claro que antes de tudo, o gestor tem em sua visão questão de prioridade, onde ele sensibiliza a troca de uma balada da sexta por uma viagem/aventura no final de semana, o qual vem acontecendo há 6 anos, levando consigo seus familiares e amigos.

No quesito que se faz a relação entre qualidade de vida com o ecoturismo é visto da seguinte forma, estão diretamente correlacionados, uma vez que para se manter ativos nas atividades ao ar livre, conseqüentemente, começa a ter uma melhor consciência corporal, o que reflete em melhores hábitos alimentares e até mesmo na busca por uma melhor regulação do sono. Além do prazer de acordar cedo em pleno domingo, que bem sabe aqueles que curtem o ecoturismo.

Subsequentemente, no seu ponto vista a relação entre ecoturismo, planeta e ecossistema local, para o gestor a sua visão é que está tudo conectado, uma vez que o turista começa a praticar o ecoturismo, é perceptível, cujo a natureza vem a ensinar muito mais do que as aulas de biologia lecionadas dentro das escolas, constatando que se os professores bem soubessem, fariam mais aulas de campo. Onde, dessa forma passa a se sentir parte da natureza enquanto agentes de conservação e desenvolvemos naturalmente hábitos de sustentabilidade, diminuindo assim impactos ambientais em toda a cadeia. Sem falar na corrente do bem que isso gera entre todos os praticantes desenvolvendo a corresponsabilidade. E para abrandar danos da atividade ecoturística tem que existir o respeito ao meio-ambiente e principalmente evitando o turismo de massa. E por conseguinte, buscando harmonia entre as práticas ao ar livre visando sempre a sustentabilidade do local visitado.

Para a questão das políticas do ecoturismo, o gestor ver que essas políticas ainda não estão bem incorporadas a educação do cidadão desde a base educacional, ainda é preciso trabalharem bem esse campo, para que desde cedo a conscientização humana seja uma chave para a preservação do meio ambiente, sem que a pratica da atividade turística seja cada dia mais benéfica ao comportamento humano.

Pode ser visto que há impactos que trazem positividade e negatividade onde se encontra o ecoturismo para o gestor ele ver da seguinte maneira, dentre vários impactos positivos, o desenvolvimento da economia local, a valorização cultural, o sentimento de pertencimento de seu povo, o orgulho de ser quem é. Além de fazer com que o cidadão se sinta agente transformador da realidade, bem como guardião do patrimônio, seja histórico, cultural ou natural. Dentre alguns negativos, o possível turismo de massa, sem o devido planejamento podendo impactar negativamente no ecossistema gerando danos até mesmo irreparáveis.

Portanto, o interesse de conhecer bem e proporcionar para as pessoas o ecoturismo como forma de bem estar e uma qualidade de vida positiva, o turista vai além buscam lazer, vida ao ar livre, conhecer paisagens novas, contato com a Natureza, novas culturas, respirar novos ares, fazer novas amizades, além de se conhecerem melhor através dos desafios ao desbravar o novo.

## 5. Conclusão

Esta pesquisa vem mostrar que o ecoturismo vem crescendo a cada dia, as pessoas sempre estão em busca de uma vida cheio de qualidade e prazer, deixando o mundo virtual para viver o contato com a natureza, onde o seu cotidiano traz decorrência de stress e outras doenças, a qual dessa forma as pessoas saem a fazer o turismo na natureza.

O estudo vai mostrar que o turista é consciente achava de suma importância da educação ambiental, e que a natureza só vai proporcionar bons momentos se a preservação for possível, ou seja, o ecoturismo se constitui se a ideia de consciência ambiental existir. O contato com a natureza torna-se um estímulo á sensibilidade para a conservação e a educação ambiental. O desafio maior é fazer que essa educação seja introduzida desde o princípio educacional.

A importância dada ao ecoturismo no âmbito da temática do desenvolvimento sustentável faz necessária a reflexão sobre como o Brasil pode se tornar um protagonista no setor, assim como sobre o papel que os tribunais de contas podem desempenhar nesse processo.

## Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRITO, M. L. A. et al. Atração de consumidores em sites de lojas virtuais. **Psicopedagogia On Line**, 2013.

BRITO, M. L. A.; PESSOA, G. G. C; PESSOA, M. G. C . Impact of Strategic Planning to a Service Provider Micro-Enterprise. **European Journal Of Scientific Research**, v. 151, p. 48-57, 2018.

CAETANO, M. L. S. et al. Clareza, atualização, acesso às informações e estética em sites de Organizações Não Governamentais. **Research, Society and Development**, v. 2, p. 80-92, 2016.

CARVALHO, L. P. L. Q. F. et al. Importância da pesquisa de mercado para organização rural: uma breve reflexão. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 3, p. 0311, 2012.

CAVALCANTE, M. C.; BRITO, M. L. A; ARAÚJO, M. V. P.. Planejando estratégias de alocação e reinvestimento dos lucros nas organizações rurais: Uma harmonia entre risco e retorno. **Espaço Científico Livre**, v. 13, p. 56-60, 2013.

COELHO, R. O. et al. Satisfação com banco de horas: estudo de caso em uma cervejaria. **Espacios**, v. 37, p. 22, 2016.

COSTA, M. de A.; BRITO, M. L. de A. A utilização da ferramenta Instagram para impulsionar o crescimento de uma pequena empresa. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 2, p. e8, 2020.

FARIA, Caroline. **Ecoturismo**. Info Escola: navegando e aprendendo. 2019. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/ecologia/ecoturismo/>>. Acesso em: 02 maio 2020.

- FERREIRA, D. O.; BRITO, M. L. A. Qualidade do atendimento no comércio de confecções: Um estudo na cidade de Currais Novos-RN. **Research, Society and Development**, v. 9, p. 93922093, 2020.
- FONTES, F. P. et al. Turismo rural e estratégias de marketing: uma análise de sites de empresas do segmento. **Pubvet**, v. 6, p. 1436, 2012.
- GARCIA, Y. de M.; BRITO, M. L. de A. Vendas externas no mercado de maquiagem. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 2, p. e7, 2020.
- HIGINO, C. A. R. et al. Cabo Mídia: um novo conceito de mídia. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 8, p. e822, 2017.
- JACOME, A. C. M. L. et al. Influenciadores digitais e os impactos no posicionamento de marcas e decisão de compra: um estudo da percepção das usuárias de Instagram. **Temática**, v. 16, p. 75-88, 2020.
- LIMA, J. M. et al. Avaliação da usabilidade segundo as heurísticas de Nielsen: teste de usuários do Portal de Periódicos da CAPES. **Espacios**, v. 37, p. 31, 2016.
- LIMA, R. S. L. et al. O estudo das finanças pessoais no âmbito universitário. **Research, Society and Development**, v. 8, p. e1982656, 2019.
- LINDBERG, Kreg; HAWKINS, Donald E. **Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão**. 2.ed. São Paulo: Senac, 1995.
- LIU, J. **A conceptual Model of Consumer Sophistication**. *Innovative Marketing Journal*, [s. n.], v. 6, n. 3, 2010.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MEDEIROS, J.; VIEIRA, F. G. D; NOGAMI, V. K. C. **O Consumo de Tablets entre Estudantes Universitários**. *Revista de Administração da UNIMEP, Piracicaba*, v. 11, n. 2, 2013.
- MORAIS, N. S. D. ; BRITO, M. L. de A. . Marketing digital através da ferramenta Instagram. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 1, p. e5, 2020.
- NASCIMENTO, H. L.; BRITO, M. L. A. Organizational climate and job satisfaction: a case study in a supermarket. **Research, Society and Development**, v. 9, p. 112921584, 2020.
- OLIVEIRA, E. et al. Informação e vantagem competitiva em organização de móveis e eletros. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 7, p. e712, 2016.
- REIS, E. A. ; BRITO, M. L. A. Análise temática da rotatividade na interface entre gestão de pessoas e gestão do conhecimento. **Espacios**, v. 36, p. 14, 2015.
- REIS, E. A. ; BRITO, M. L. A. Dismissal of people in junior enterprise: relation between expectations and reality. **European Journal Of Scientific Research**, v. 151, p. 112-121, 2018.
- SALES FILHO, A. P. A. et al. Métricas do marketing digital: um estudo em empreendimento turístico. **Temática**, v. 16, p. 33-45, 2020.
- SANTANA, C. M. .; BRITO, M. L. de A. . Decisões de compra em uma empresa de perfumaria. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 1, p. e4, 2020.
- SILVA, A. M. et al. Fatores inibidores e facilitadores na decisão de compra de vestuário na internet: um estudo com estudantes do Ensino Superior. **Temática**, v. 16, p. 125-138, 2020.
- SILVA, F. B. et al. A importância das mídias sociais na vida de indivíduos da cidade de Currais Novos/RN. **Research, Society and Development**, v. 8, p. e3282663, 2019.