



**FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS  
CURSO: TURISMO**

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS VISITANTES DO JARDIM ZOOLOGICO DE  
BRASÍLIA-DF:  
REFLEXÕES SOBRE A INFRA-ESTRUTURA DE APOIO LOCAL**

**PRISCILLA BARBACHAN  
20490448**

**PROFESSOR ORIENTADOR:  
LUIZ DANIEL MUNIZ JUNQUEIRA**

**Brasília/DF, junho de 2009**

**PRISCILLA BARBACHAN**

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS VISITANTES DO JARDIM ZOOLOGICO DE  
BRASÍLIA-DF:  
REFLEXÕES SOBRE A INFRA-ESTRUTURA DE APOIO LOCAL**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Turismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Prof. orientador: Luiz Daniel M Junqueira

**Brasília/DF, junho de 2009**

**PRISCILLA BARBACHAN**

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS VISITANTES DO JARDIM ZOOLOGICO DE  
BRASÍLIA-DF:  
REFLEXÕES SOBRE A INFRA-ESTRUTURA DE APOIO LOCAL**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Turismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Prof. orientador: Luiz Daniel M Junqueira

**Banca examinadora:**

---

**Prof Luiz Daniel Muniz Junqueira  
Orientador**

---

**Prof (a) Examinador:**

---

**Prof (a) Examinador:**

**Brasília/DF, junho de 2009**

## RESUMO

Esse trabalho teve como objetivo analisar a percepção dos visitantes quanto à infraestrutura de apoio do Jardim Zoológico de Brasília-DF. Foram abordados temas sobre área de proteção ambiental, lazer, qualidade versus serviço, comportamento do consumidor no turismo, oferta turística, infra-estrutura de apoio turístico e a relação entre visitante e turista e suas abordagens, relacionando tais conceitos com os serviços existentes no Jardim Zoológico de Brasília. O método de pesquisa utilizado foi o qualitativo e quantitativo, aplicou-se questionários com perguntas abertas e fechadas, assim como entrevistas e observação. O principal resultado alcançado com a metodologia utilizada foi que o Jardim Zoológico de Brasília não atende às necessidades dos visitantes e turistas e, no geral, é a falta de estrutura de apoio de diversos serviços (como áreas de alimentação, vendas de produtos dentro do zoológico, instalações dos banheiros e bebedouros) que os deixam insatisfeitos com a visita. Para buscar uma maior satisfação para o visitante seria imprescindível a melhoria da área de alimentação, um complexo de loja de *souvenir* para atender as necessidades de consumo do indivíduo e, por fim, uma melhoria na infraestrutura dos banheiros e bebedouros, assim como uma atenção para a distribuição de mapas do parque e da cidade de Brasília para uma divulgação de outros atrativos turísticos.

### Palavras-chave:

1. Jardim Zoológico de Brasília;
2. Infra-estrutura;
3. Percepção dos visitantes.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	1
1.1 Objetivo geral .....	10
1.2 Objetivos específicos .....	10
1.3 Metodologia .....	10
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	13
2.1 Unidades de conservação ambiental .....	13
2.1.1 Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza .....	13
2.2 Lazer 16	
2.3 Prestação de Serviço x Qualidade .....	20
2.4 Comportamento do Consumidor no Turismo.....	22
2.5 A oferta turística .....	23
2.6 Infra-estrutura de apoio turístico.....	29
<b>3. Análise dos dados</b> .....	31
3.1 Análise da Percepção dos Visitantes sobre a Infra-estrutura do Jardim Zoológico de Brasília .....	33
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	44
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	47
<b>APÊNDICE A – ROTEIRO DE QUESTIONÁRIO</b> .....	49
<b>ANEXOS</b> .....	50

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade do setor terciário que mais cresce no Brasil e no mundo, movimentando, direta ou indiretamente, mais de U\$3,5 trilhões. Esse setor é de fundamental importância para o profissionalismo da área e necessário para a economia do Brasil (DIAS & AGUIAR, 2002).

Para tanto, é indispensável que a atividade turística apresente pessoas capacitadas na área para que os serviços sejam manuseados de forma correta, que sejam feitos e colocados em prática os programas para melhoria do desenvolvimento turístico nas cidades brasileiras e uma visão otimista dos recursos que ainda não foram explorados e podem tornar-se atrativos.

Segundo Rodrigues (2005, p. 45) “o turismo por muito tempo foi gerenciado no Brasil por pessoas despreparadas profissionalmente. No entanto, percebeu-se a importância da qualificação desses profissionais para prestação de serviços frente à sociedade hoje tão exigente”. As pessoas têm necessidade de viajar e para isso buscam por locais com atrativos interessantes, serviços de qualidade, preços acessíveis, entre outras questões que agregam valor à visita.

É necessário acompanhar as exigências do mercado, por isso é indispensável que haja pessoas qualificadas para a prestação dos serviços existentes. Os profissionais precisam estar cientes de como é importante prestar um bom atendimento, dar informações corretas e precisas, serem criativos, com atitude e serem capazes de desenvolver habilidades e improvisar quando necessário.

Brasília, capital da República Federativa do Brasil, é classificada como Patrimônio Cultural da Humanidade pela Unesco, graças aos aspectos singulares de sua arquitetura, do urbanismo e do paisagismo, recebendo um milhão de visitantes por ano. O reconhecimento da importância da cidade ocorreu em 1987, graças a sua história, a arte, o turismo e a cultura (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2009).

A oferta turística da capital federal é dividida em quatro segmentos: turismo cívico/arquitetônico, místico/religioso, eventos/negócios e rural/ecológico. Brasília possui uma área verde extensa e muitos parques amplos e áreas de proteção ambiental. Tais locais oferecem equipamentos e espaço para prática de esporte, lazer e entretenimento, como o Jardim Botânico, o Parque Nacional, O Jardim Zoológico, o Parque Olhos D'água, o Parque da Cidade Sarah Kubitschek, entre outros. (BRASÍLIA E REGIÃO CONVENTION & VISITORS BUREAU, 2009).

Conforme Soifer (2005, p. 6), o turismo é uma importante atividade de lazer, através da qual as pessoas interagem socialmente, confortam-se dos diversos problemas advindos do dia-a-dia e lhes permite alcançar uma qualidade de vida mais saudável e digna.

O turismo também pode vir a se constituir em uma importante fonte de divisas para uma região e o potencial de Brasília é incontestável, seja pela sua condição de capital federal, seja por ser um Patrimônio Cultural da Humanidade.

Sendo assim, é essencial que se adotem medidas para incrementar e estimular essa atividade, inclusive com a participação da sociedade e da iniciativa privada, a fim de que atrativos como o Jardim Botânico, o Parque Nacional e o Jardim Zoológico, por meio de melhoramentos em sua estrutura, possam atrair cada vez mais um público maior e diversificado, atendendo não somente aos anseios da população local, como de todos aqueles que vêm de outras cidades (turistas).

Para Dumazedier (1975) o lazer é tido como: “diversas atividades as quais o indivíduo exerce de livre arbítrio, tanto para descanso como para entretenimento, convívio social, livre criação, informação ou formação desinteressada, após desocupar-se dos afazeres familiares, sociais ou de trabalho”. Sendo assim, pode-se entender que lazer é qualquer tipo de ocupação de realização não obrigatória pelo ser humano.

Para o presente estudo focou-se o atrativo Jardim Zoológico de Brasília-DF, onde analisou-se a percepção dos visitantes no local, as principais atividades buscadas por eles no parque e qual a sua satisfação relacionada à infra-estrutura de apoio, já que o Parque é um atrativo de Brasília e um local que oferece descanso, entretenimento, convívio social e área extensa, capaz de receber um grande número de visitantes.

O Jardim Zoológico de Brasília fica localizado na Avenida das Nações, S/N, via L4, Asa Sul, Brasília - Distrito Federal. Sua área total é de 690 hectares, que são gerenciados pela Fundação Jardim Zoológico de Brasília - FJZB. O Parque, além da visita aos animais, trabalha na preservação das espécies mediante a reprodução, a pesquisa e a educação ambiental (ZOOLOGICO DE BRASÍLIA, 2009).

De acordo com informações no site do Zoológico (2009), suas funções são baseadas em promover e incentivar a elaboração e execução de projetos,

exposições, seminários, cursos e programas de intercâmbio ambiental com outras entidades.

Com essas atividades oferecidas pelo parque, pode-se refletir que o local é um importante atrativo para visitantes e turistas, mas para que possua um maior número de visitantes “turistas” é preciso uma divulgação do local e, obviamente, verificar as condições atuais de infra-estrutura para receber as pessoas, de maneira que estas se sintam satisfeitas com o conjunto de atrações.

Para Soifer (2005, p. 3) “é a qualidade no atendimento, a presteza, a informação correta e a personalização nos serviços que fazem a diferença”. Portanto, uma infra-estrutura básica e turística que atenda as necessidades dos visitantes fará muita diferença para esse turista sentir-se satisfeito com sua visita a um determinado local. Esses serviços precisam suprir essas necessidades, desejos e anseios, portanto é preciso surpreender o cliente, superar suas expectativas.

A infra-estrutura de apoio deve atender ao bem-estar da comunidade e do turista, assim, é necessário conservar e investir nesse item para o benefício de todos. Para o turismo, é importante analisar o interesse dos turistas, assim como o atrativo do local que os recebe para atender as necessidades e satisfação de todos.

Portanto, de acordo com o que foi argumentado anteriormente, este estudo tem como finalidade responder ao seguinte problema de pesquisa:

### **Qual a percepção dos freqüentadores em relação à infra-estrutura de apoio ao visitante do Zoológico de Brasília/DF?**

O Zoológico de Brasília é um importante local de entretenimento e conhecimento e, para que ele se mantenha como tal, precisa atrair permanentemente os visitantes. Uma das formas é oferecer uma ampla e funcional infra-estrutura de apoio.

É interessante analisar a percepção dos visitantes sobre o zoológico para se ter conhecimento das mudanças necessárias para uma satisfação maior das pessoas com o Parque, assim como sugestões, críticas e elogios.

Uma boa infra-estrutura no Zoológico é fundamental porque ao atender as necessidades dos visitantes, promove-se a contínua busca desses por lazer, conhecimento, conscientização ambiental e interação sócio-cultural.

Todos gostam de bom tratamento, de cortesia e de ter os seus anseios atendidos. Difícil imaginar que as pessoas, na busca de satisfação de suas necessidades, não queiram um atendimento de boa qualidade. Quem busca o entretenimento o faz exatamente porque busca o conforto e o bem-estar, principalmente porque não é algo que se encontra na rotina do dia-a-dia

O bom atendimento é essencial em todos os setores da vida, nos postos de saúde, nas agências bancárias, nos supermercados etc. Infelizmente o bom atendimento não é a regra, e sim uma exceção. Quando as pessoas são bem atendidas, quando encontram aquilo que procuram e nas condições desejadas, surpreendem-se o que as levará a divulgar o fato com muita ênfase, contrinuindo positivamente na promoção daquele local ou evento.

O mesmo não se pode dizer da situação inversa, quer dizer, o mau atendimento, aquele que provoca a insatisfação do cliente, do visitante e, até mesmo, do turista. A má notícia tem um efeito muito mais perverso que a boa e, segundo Soifer (2005. p. 5), consertar esse estrago custa três vezes mais. Ainda de acordo com o autor (SOIFER, 2005), a comunicação boca-a-boca tem grande poder de influência junto às pessoas, principalmente porque esta ocorre, na maioria das vezes, entre pessoas que se conhecem, portanto, mais confiáveis.

Soifer (2005, p. 6) complementa ao afirmar que “o bom atendimento turístico é aquele que não só plenamente satisfaz o cliente, mas o surpreende, deixando marcas indelévelis”.

Entender a relevância do Zoológico de Brasília é necessário não só por sua participação nos processos de integração socioculturais, mas também por seu grande valor histórico, dado ao fato deste parque ter sido a primeira instituição ambientalista do Distrito Federal (CORREIO BRASILIENSE, 2007). É importante frisar que o Jardim Zoológico de Brasília foi inaugurado em dezembro de 1957, antes mesmo da cidade que lhe dá abrigo.

Para que a Instituição continue a representar o povo candango com sua história, oferecendo subsídios para uma visão de futuro, a partir dos conhecimentos ali adquiridos, ou mesmo sendo sede da promoção do indivíduo dentro da sociedade, ao passo que, ali ele interage com a família, os amigos, o meio ambiente e com ele mesmo, é necessário que o Jardim Zoológico invista na qualidade do espaço físico destinado não só aos animais (sua maior atração), mas no espaço físico que acomoda aqueles tantos que o procuram.

## 1.1 Objetivo geral

- Analisar a percepção dos visitantes quanto à infra-estrutura de apoio do Jardim Zoológico de Brasília-DF.

## 1.2 Objetivos específicos

- Descrever a atual infra-estrutura de apoio do Jardim Zoológico de Brasília-DF;
- Identificar as mudanças necessárias para uma maior satisfação dos visitantes;
- Levantar o perfil dos visitantes do Jardim Zoológico de Brasília-DF; e

## 1.3 Metodologia

Para o trabalho utilizou-se as abordagens qualitativa e quantitativa. A pesquisa qualitativa, segundo Mazzoti (2003, p. 98) é “uma orientação que indica aonde o pesquisador quer chegar e os caminhos que pretende tomar”. Com esse método é possível abordar quais os meios que serão usados para atingir o objetivo do trabalho.

Dencker (2000, p.107) complementa ao dizer que “a pesquisa qualitativa é adequada para se obter um conhecimento mais profundo de um caso específico, porém não permite generalização”. Nesse sentido contribui para entender as razões dos problemas encontrados no decorrer da pesquisa, pois esse método permite um contato direto com o público-alvo que se deseja estudar.

Já para Minayo (2002, p. 55), pesquisa qualitativa se refere à análise de dados que não podem ser quantificados, “trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes”. Esse tipo de pesquisa é importante para o objetivo do trabalho, pois será possível entender quais os motivos, necessidades, atitudes do indivíduo no Zoológico, ou seja, será analisado o comportamento desse visitante dentro do parque, e esse tipo de pesquisa contribui para futuras conclusões.

Por outro lado, a pesquisa quantitativa esclarece que “pode ser quantificável, o que significa traduzir em números, opiniões e informações para classificá-los e analisá-los” (OLIVEIRA, 2001, p. 36). Por meio dessa metodologia é possível ouvir a

opinião das pessoas com relação aos serviços prestados dentro do Zoológico e transformá-las em dados estatísticos para análise do estudo em si.

Quanto aos objetivos, realizou-se uma pesquisa de caráter exploratório. Esse tipo de pesquisa “procura aprimorar idéias ou descobrir intuições, caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análises de exemplares similares” (DENCKER, 2007, p. 151). É importante esse tipo de pesquisa para o projeto, para que o assunto tenha aprofundamento por meio dos livros, das entrevistas realizadas com pessoas que trabalham no Zoológico, sendo todas as informações serão indispensáveis para uma futura conclusão.

Gil (2002, p.41) afirma que a pesquisa de caráter exploratório “tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”. Quando se realiza esse tipo de pesquisa tem-se um contato direto com as pessoas e com o assunto, tornando mais claro as afirmativas para os problemas levantados, pois o tema torna-se familiar ao pesquisador por haver conhecimento do assunto abordado.

Complementando, Dencker (2007, p. 151) afirma que a pesquisa exploratória é indicada para:

[...] aprimorar idéias ou descobrir intuições. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível, envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares. As formas mais comuns de apresentação das pesquisas exploratórias são a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso.

A técnica de pesquisa bibliográfica e o estudo de caso são fundamentais para a realização desse trabalho, pois é preciso relacionar o tema com dados e fatos reais, existentes nos livros, artigos científicos etc.

Os procedimentos técnicos de pesquisa utilizados foram, portanto, a pesquisa bibliográfica, que para Dencker (2007, p.152) é “desenvolvida a partir de material já elaborado, livros e artigos científicos” e a pesquisa documental, para auxiliar com informações sobre o Zoológico de Brasília. As fontes coletadas basearam-se em livros sobre turismo, infra-estrutura e lazer, além de artigos científicos sobre o tema e documentos e dados a respeito do Zoológico.

Para que os objetivos propostos fossem atingidos foram realizados questionários (Apêndice A) com visitantes do Jardim Zoológico de Brasília.

Foram aplicados cem questionários com os visitantes nas datas de 30 e 31 de maio de 2009. Devido às questões climáticas (chuva na tarde do dia 31 de maio) não foi possível aplicar um número maior de questionários. As análises foram feitas com base nesses cem questionários, com perguntas abertas e fechadas.

As entrevistas foram aplicadas durante os meses de abril e maio nos finais de semana com os vigilantes do Zoológico, a Ouvidoria e com os visitantes que procuravam por informações no CIT (Centro de Informação Turística) e aqueles que visitaram o Museu de Taxidermia.

O trabalho é composto pela introdução referencial teórico, a análise correspondente ao objetivo da pesquisa e as considerações finais.

No referencial teórico escolheram-se os assuntos que envolviam áreas de proteção ambiental, uma abordagem sobre lazer e sua relação com o Jardim Zoológico, comportamento do consumidor no turismo e no Zoológico, conceitos sobre qualidade e prestação de serviços, oferta turística, infra-estrutura de apoio turística e, por fim, conceitos sobre visitante, turista e turismo.

Na análise dos dados, capítulo seguinte, sobre a percepção do público quanto à infra-estrutura de apoio turística, foram aplicados cem questionários com os visitantes no final de semana das datas 30, 31 de maio e 06 e 07 de junho. O propósito foi aplicar mais questionários, mas devido à chuva na tarde de domingo de 31 de maio, não foi possível finalizar com todos os questionários em mãos.

Com base nos cem questionários, nas entrevistas com funcionários e vigilantes do Zoológico e na observação da pesquisadora, foi possível concluir os objetivos propostos.

Para ultimar tem-se o capítulo referente às considerações finais, onde foram abordadas as considerações alcançadas através dos estudos sobre o tema e os métodos utilizados para analisar o Jardim Zoológico.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Unidades de conservação ambiental

#### 2.1.1 Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza

O Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza – SNUC é constituído pelo conjunto das unidades de conservação federal, estadual e municipal. (SNUC, 2009).

Este sistema é importante, pois trabalha com a biodiversidade nacional do país em sintonia com os estados, além de dar orientação para os municípios.

Dentre alguns de seus objetivos estão:

- I- Proteger as espécies ameaçadas de extinção no âmbito regional e nacional;
- II- Contribuir para a preservação e a restauração da diversidade de ecossistemas naturais;
- III- Promover o desenvolvimento sustentável a partir dos recursos naturais; e
- IV- Proteger paisagens naturais e pouco alteradas de notável beleza cênica.

Com isso vê-se a necessidade de existir um órgão que acompanhe a vida do meio ambiente, dos ecossistemas, da diversidade biológica, já que este sistema contribui para preservação, restauração, educação e recuperação das unidades de conservação da natureza.

Os zôos e similares recebem entre 300 e 400 milhões de visitantes em cada ano, providenciando benefícios de uma educação significativa, associada ao seu papel recreativo. (EDUCAÇÃO E PESQUISA, 2008),

Esses parques têm estado tradicionalmente ligados à educação pública, e a resposta favorável dos sistemas escolares é um indicador de que valorizam essa associação. Com ajuda dos órgãos responsáveis é possível preservar e proteger os zoológicos para que este seja sempre um local de recreação e educação.

Um das diretrizes regidas pelo SNUC (2009) é:

Buscar o apoio e a cooperação de organizações não-governamentais, de organizações privadas e pessoas físicas para o desenvolvimento de estudos, pesquisas científicas, práticas de educação ambiental,

atividades de lazer e de turismo ecológico, monitoramento, manutenção e outras atividades de gestão das unidades de conservação.

Dessa forma pode-se buscar o apoio do SNUC para incrementar as atividades de lazer, de turismo ecológico, entre outras, aumentando a procura dos indivíduos e sua satisfação nas visitas ao Jardim Zoológico, fonte dessa pesquisa.

Os jardins zoológicos e parques afins são locais que com frequência recebem visitas de professores e de muitas famílias por ser áreas de lazer e entretenimento, além de educativas, por isso é necessário que haja cooperação e apoio por parte das organizações e demais segmentos da nossa sociedade, para que essas atividades, de lazer e de estudo despertem o interesse de todos e aumente o número de visitas nesses parques e cresça ainda mais a consciência por parte das pessoas sobre a preservação dos animais e do meio ambiente em geral.

No Brasil existem Jardins Zoológicos espalhados por todo o país, a saber: Jardim Zoológico do Rio de Janeiro-RJ (Fundação Riozoo), Zoológico de São Paulo-SP (Fundação Parque Zoológico de São Paulo), Zoológico de Curitiba-PR (Zoológico do Parque Regional de Iguaçu), Parque Zoológico de Goiânia-GO, Jardim Zoológico de Brasília-DF (Jardim Zoológico Sgt. Sílvio Delmar Hollembach), etc.

Esses parques recebem um número considerável de pessoas todo ano, e essas visitas contribuem com a infra-estrutura e melhoria dos serviços, já que movimentam renda com a entrada e gasto interno do público e que posteriormente pode ser revertido em serviços nos zôos ou em diversas atividades educativas, conscientização das pessoas com o meio ambiente etc.

É necessário ter ciência das principais carências do parque, pois o zôo pode possuir uma infra-estrutura adequada para receber turistas e visitantes, mas os animais em si podem estar magros, doentes. Neste caso é necessário investir na saúde dos animais. Pode acontecer também do zoológico possuir uma ampla área, mas a quantidade de animais não satisfazer as curiosidades do público, nesse caso seria interessante aumentar a coleção e variedade de espécies.

Segundo Petrocchi (1998, p. 45), “constata-se que a sobrevivência do sistema depende do atendimento aos desejos do cliente. Para que isso ocorra, é preciso conhecer tais desejos; e para conhecê-los faz-se pesquisa de mercado”.

Ainda para Petrocchi (1998, p. 45):

é necessário mais que uma pesquisa de mercado; é preciso fazer uma análise ampla do entorno da organização, sentir o meio onde ela está inserida e como esse meio se move, para que possam detectar oportunidades para a organização, assim como ameaças, obstáculos que se anunciam. Tal análise servirá para escolher caminhos, alternativas de trabalho.

Pesquisas relacionadas à satisfação do visitante, número de visitas por mês (ou por ano, ou estação), ajudam a identificar o que o parque carece e contribui para identificar o que fazer para aumentar o número de visitas e satisfação das pessoas, tornando os zoológicos um importante e visitado local de lazer, recreação, entretenimento e educação.

Segundo Ramon (Chefe da Divisão de Educação Ambiental do Departamento de Zoológico), o Zoológico de Curitiba já recebeu um número recorde de 15 mil visitantes em um único final de semana. Normalmente este zoológico recebe de 5 a 7 mil visitantes num final de semana ensolarado. Os visitantes são da própria cidade de Curitiba, assim como de cidades do interior do Paraná e de Santa Catarina.

Com isso percebe-se que o zoológico não é apenas um local de passeio dos moradores locais, existe também o público das redondezas, que saem de sua residência e visitam o Parque.

Já o Zoológico da Fundação Zoobotânica do Rio Grande do Sul, recebeu em 2008, aproximadamente 450 mil visitantes. Este número cresce para 540 mil pessoas se contadas as crianças menores de 12 anos (SQUEFF, 2009).

No Zoológico de Salvador-BA o total de visitação em 2007/2008 foi o seguinte, conforme apresentado na tabela 1:

**Tabela 1: Público do Zoológico de Salvador**

Público Total	25.500
Público Baiano	18.400
Público de outros Estados	5.500
Público Estrangeiro	1.600
Público de Escolas	50
Outros Grupos	120

Fonte: [www.zoo.ba.gov.br](http://www.zoo.ba.gov.br), acesso em 15 de maio e 2009.

Contudo, evidencia-se a importância de manter e cuidar dos zôos, pois estes são locais apropriados para o lazer e o entretenimento de pessoas, e recebem muitas visitas durante todo o ano, especialmente nos finais de semana e feriados que são os dias em que as pessoas possuem tempo disponível, onde elas procuram satisfazer suas necessidades vitais de lazer e recreação.

## 2.2 Lazer

O conceito definido por Dumazedier (1976, p.34) difere esses dois termos e diz que o lazer é praticado quando o sujeito está livre de todas as suas obrigações:

O lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se, ou ainda, para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

No Jardim Zoológico de Brasília é possível observar algumas dessas práticas de lazer descritas por Dumazedier, como o repouso, a recreação, o entretenimento, entre outras, já que no zoológico dispõem-se de locais apropriados para repouso (como bancos, sombra debaixo das árvores, espaço para colocar redes), além da visita aos animais, parques infantis, lanchonetes etc.

Ainda segundo Dumazedier (1980, p. 108), pode-se dizer que o lazer:

é um conjunto de atividades gratuitas, prazerosas, voluntárias e liberatórias, centradas em interesses culturais, físicos, manuais, intelectuais, artísticos e associativos, realizados em um tempo livre roubado ou conquistado historicamente sobre a jornada profissional e doméstica e que interferem no desenvolvimento pessoal e social dos indivíduos.

Locais como o Parque Nacional de Brasília, Parque da Cidade e Jardim Zoológico são áreas propícias que a cidade de Brasília oferece à comunidade e para aqueles que desejam praticar o lazer depois de cumprir com as obrigações diversas.

Muitas pessoas vêem o lazer como um simples passatempo, mas o lazer interfere decisivamente nas relações familiares, religiosas, políticas, e mesmo nas relações de trabalho. (CAMARGO, 2003, p. 28).

Essa prática aproxima as relações, pois como o lazer é uma atividade prazerosa, as pessoas procuram praticá-la em conjunto, ou seja, com familiares, amigos etc. Assim, pode intervir na vida do ser humano unindo ainda mais as pessoas ao redor.

É relevante falar sobre essa combinação entre lazer e trabalho, pois ambos se interligam, ou seja, um é consequência do outro, já que o homem tem sua carga horária semanal de trabalho e, em decorrência do cansaço, da obrigação de estar ali todos os dias, na rotina do dia-a-dia, quando no gozo de seu dia de folga, o final de semana, muitas vezes procuram por lugares diferentes para passear com a família, fazer um refeição fora de casa, fazer um contato com a natureza, entre outros. Dessa forma, o Jardim Zoológico torna-se um excelente lugar para praticar o lazer.

No Zoológico de Brasília é possível encontrar muitas dessas atividades de lazer que o indivíduo pode praticar no seu dia de folga, como por exemplo, um contato com a natureza, tranquilidade, áreas de lazer, como as sombras debaixo de árvores, parques infantis, lanchonetes, espaço para churrascos, etc.

O lazer pode ser classificado de algumas formas, tais como: atividades físicas (desejo de exercitar-se fisicamente); manuais (ligadas ao prazer de manipular); intelectuais (desejo de saber alguma coisa); artísticas (busca pelo imaginário, sonho, encantamento); sociais (busca pelo contato com as pessoas); e turísticas (interesse pela mudança de paisagem, ritmo e estilo de vida).

Algumas dessas atividades podem ser realizadas no Parque Zoológico, como as atividades físicas, intelectuais, sociais e turísticas.

Por exemplo, pode-se praticar dentro do Zoológico de Brasília atividades físicas, como caminhadas, já que o parque dispõe de uma área grande. Até mesmo o fato de o indivíduo estar visitando os animais, trata-se de um exercício, pois é necessário caminhar bastante para chegar aos recintos dos animais, aos banheiros, lanchonetes etc.

Nas atividades intelectuais encontra-se o conhecimento pleno dos animais, suas origens, sua evolução, além da curiosidade do contato com diversos animais selvagens. O Zoológico de Brasília dispõe de placas com as informações sobre as

espécies em cada recinto, despertando o interesse de quem gosta do assunto e pretende conhecer um pouco mais sobre as espécies. É um momento onde as pessoas podem descobrir esse interesse pelo meio ambiente e pela vida da fauna existente no local.

Outra atividade que se pode encontrar dentro do Zoológico é a social, pois no zoológico as famílias se reúnem para um passeio, além do contato com outros públicos. É possível fazer amizades, conversar, relacionar uns com outros socialmente. É um local que é visitado por qualquer indivíduo sem discriminação de raça, sexo, religião, idade. Não há restrições para um grupo visitar o parque, pois é acessível a todos, dessa forma há uma mistura de diferentes grupos que podem ou não se relacionar.

Por fim pode-se encontrar as atividades chamadas turísticas, pois os zoológicos normalmente são atrativos também para os turistas e possuem infraestrutura para atender a esses grupos de pessoas, por possuir serviços como guias para orientar os visitantes dentro do parque, um centro de informações, lanchonetes, telefones públicos, banheiros e bebedouros, estacionamento para os veículos e loja com lembrancinhas do zoológico (o turista sente a necessidade de levar alguma coisa como lembrança do local visitado).

Além disso, o morador ou turista que vai ao zoológico demonstra, dessa forma, seu interesse pela mudança de paisagem, contato com os animais não vistos diariamente, uso dos serviços oferecidos dentro do parque etc.

OS serviços de infra-estrutura são importantes para o ser humano, pois todos têm o direito ao descanso, e sobretudo, ao lazer. Os zôos, assim como os clubes temáticos, as florestas ambientais, os parques de diversão, os cinemas, os teatros, entre outros, são excelentes atividades para serem praticadas nos momentos de folga dos indivíduos.

O lazer também possui algumas funções, a saber: função de descanso; função de divertimento, recreação e entretenimento; e função de desenvolvimento. (MARCELINO, 1987, p. 31).

Nas horas de folga do indivíduo muitas vezes tudo o que ele precisa é de descanso. Aquela semana corriqueira, cansativa, estressante, faz com que as pessoas não desejem outra coisa que não o descanso em seus dias de folga. Essa função de descanso é lazer, pois é a maneira que a pessoa encontra para relaxar.

Existe também a função de divertimento, recreação e entretenimento, que é quando o ser humano busca por atividades diferentes, exóticas, locais turísticos, para praticar o lazer. Estas aproveitam seu tempo livre para desfrutar de outras atividades, como teatros, shows, visitas a museus, parques de diversões, shopping centers, jardins zoológicos, praias, clubes etc.

Finalizando as funções do lazer, encontra-se a função de desenvolvimento, que relaciona-se com o fato de desenvolver o contato com a natureza, com pessoas, despertando o interesse por outras atividades, além de desenvolvimento do local visitado.

Os locais de lazer das cidades devem oferecer essas funções aos indivíduos, pois estes saem de suas casas em busca desses serviços, por isso é importante estar atualizado, atraente, em bom estado e procurando manter sempre a satisfação dos visitantes e turistas.

No Zoológico de Brasília encontra-se claramente essas funções, mas é preciso analisá-las para verificar se os visitantes estão satisfeitos com os serviços. É necessário que o zoológico ofereça tudo aquilo que o indivíduo pode precisar ou usufruir durante um dia fora de sua residência, ou seja, ele precisa de um local adequado para alimentar-se, que ofereça diversidade de alimentos, banheiros e bebedouros bem conservados, espaço coberto para proteger de chuvas ou de dias muito ensolarados, locais para descanso (como bancos, sombras) uma loja com suprimento de necessidades básicas. É importante que o indivíduo encontre esse conjunto de serviços no Zoológico, pois assim ele pode permanecer mais tempo no local e consumir mais esses serviços.

Para se ter como bom exemplo de um local com esses requisitos, pode-se citar a Fundação Parque Zoológico de São Paulo.

Nele encontra-se loja com lembranças do local (interessante para os turistas, já que as pessoas têm o costume de levar lembrancinhas dos locais visitados), uma praça de alimentação com duas lanchonetes e grande variedade de alimentos, um “big burger” onde encontram-se diferentes tipo de hambúrgueres, hot-dogs, salgados e mais duas lanchonetes com outros tipos de lanches. (Fundação Zoológico de São Paulo, 2009).

Esse zoológico possui dezessete máquinas de refrigerantes espalhadas pelo parque, além de seis quiosques de sorvete e uma loja onde se encontram livros para todas as idades de diversos temas, como ecologia, meio ambiente, contos clássicos,

além de uma maleta da turma do Zôo, ou seja, excelente ambiente para despertar o interesse dos visitantes com assuntos relacionados à natureza.

Para finalizar com os serviços do Zoológico de São Paulo destaca-se uma loja que vende pilhas para máquinas fotográficas, empréstimo de câmeras (loja de necessidade de suprimentos básicos), fraldário, loja com lembranças do zôo, passeio de jardineira (dos anos 30, originais, restauradas e em perfeito funcionamento), que levam os visitantes a um agradável passeio pelas alamedas do Parque, visitando grande parte dos recintos de animais, sanitários e segurança (serviço de fundamental importância para o bem-estar do visitante).

O indivíduo que visita o Zoológico de São Paulo se depara com uma variedade de serviços que podem fazer com que essa pessoa passe o dia no parque sem precisar sair para fazer alguma outra atividade. Como foi visto acima, há locais para descanso, alimentação, desenvolvimento. Um lugar ideal para prática do lazer, tanto para os moradores, quanto para os turistas.

Para buscar uma maior satisfação por parte dos visitantes no Jardim Zoológico de Brasília é necessária uma análise dos serviços por ele oferecidos e uma melhoria no que o parque já oferece à população. Com isso os as pessoas podem visitar mais vezes o parque e este lhes proporcionará maior satisfação com seus atrativos e serviços.

### **2.3 Prestação de Serviço x Qualidade**

O turismo é mais um serviço do que um produto, e pode exercer um efeito considerável sobre o comportamento do consumidor. Os serviços são definidos por Kotler e Armstrong (1994, p. 76) “como atividade ou benefício que uma parte pode oferecer à outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na posse de coisa alguma. Sua produção pode ou não estar ligada a um produto físico.”

Lage explica que ao considerar a qualidade do turismo, torna-se imprescindível agregar os fatores sociais e de atendimento, pois não basta apenas oferecer o “mínimo”, mas também o “melhor” dentro da expectativa e percepção de cada cliente. (2000, p. 63). Para isso, é preciso analisar dois fatores de qualidade: atendimento e responsabilidade social.

**Atendimento:** processo mercadológico em que atividades humanas são empreendidas com o objetivo de satisfazer os clientes;

**Responsabilidade social:** conjunto de atribuições que a sociedade estipula para as instituições. (LAGE, 2000, p. 64).

Essas atividades se correlacionam, pois o serviço prestado ao cliente precisa ser oferecido com qualidade, e a responsabilidade social é como a sociedade reage com a organização. Se algo é oferecido à comunidade, é essencial que seja com a melhor qualidade o produto ou o serviço, se não de nada adianta manter o empreendimento funcionando de maneira equivocada.

Para aumentar a qualidade dos serviços oferecidos aos indivíduos no Zoológico de Brasília é necessário identificar quais os serviços existentes dentro do parque e qual a opinião das pessoas com relação a esses serviços.

Para descobrir o que há de certo ou errado, bom ou ruim, satisfatório ou insatisfatório, dentro de um local turístico, pode-se começar com questionários e entrevistas com as pessoas que freqüentam o local. A opinião delas é importantíssima para descobrir o que é necessário melhorar, e é uma outra visão que se tem do local em questão.

De nada adianta o local oferecer serviços e não possuir qualidade. Para Soifer (2005, p. 3) “é a qualidade no atendimento, a presteza, a informação correta e a personalização nos serviços que fazem a diferença”. Ou seja, é imprescindível que haja qualidade no atendimento prestado. Tem que haver fiscalização também por parte dos diretores, proprietários e gerentes do local para verificar se esse atendimento está dentro dos padrões obrigatórios e necessários oferecidos às pessoas. Por isso é cogente uma pesquisa de satisfação constante, para que não caia em declínio os serviços e a qualidade e estagne com o passar do tempo, levando até mesmo a falência do empreendimento.

Ainda segundo Soifer (2005, p. 5) “o bom atendimento turístico é aquele que não só plenamente satisfaz o cliente, mas o surpreende, deixando marcas indeléveis”.

A insatisfação do turista é algo quase que irreparável. “O turista insatisfeito conta sua insatisfação, em relação ao satisfeito, para o dobro de pessoas. Apagar um estrago de um cliente insatisfeito custa três vezes mais”. (SOIFER, 2005). A lembrança da insatisfação é maior que a lembrança da satisfação.

Por isso é tão importante que haja qualidade no atendimento e na prestação dos serviços às pessoas. Um local que atende mal um cliente ou que não atende às expectativas deste torna-se um local que provavelmente não será mais visitado por essa pessoa de novo, além dela falar mal do local para uma dezena de pessoas.

No Jardim Zoológico de Brasília, a qualidade dos serviços pode ser aprimorada em diversas esferas. Adiante será feita uma análise dos serviços oferecidos pelo zoológico e a opinião das pessoas com relação a eles.

## **2.4 Comportamento do Consumidor no Turismo**

Estudar o comportamento do consumidor no Turismo é o caminho certo para chegar ao topo do sucesso com o empreendimento.

O processo pelo qual um consumidor opta por adquirir ou utilizar um produto ou serviço é definido como processo de comportamento do consumidor. (SWARBROOK, HORNER, 2002 p. 26).

Pode-se entender, compreender e até mesmo descobrir quais são as necessidades mais importantes dos consumidores num determinado local, se forem estudados quais são os hábitos daquele público ali presente.

É preciso procurar entender como os consumidores tomam suas decisões para adquirir ou utilizar os produtos do turismo.

Com base na compreensão de seus padrões comportamentais é que podemos saber quando intervir no processo para obter os resultados desejados e quem será o alvo em um dado momento com um determinado produto no turismo. E o mais importante, saberemos como persuadi-lo a escolher os produtos que teremos planejado mais eficazmente para satisfazer suas necessidades e anseios. (SWARBROOK, HORNER, 2002 p. 23).

Esse poder de compreender e atender aos desejos, necessidades e anseios dos clientes é a chave para sustentação do local turístico. Se essa análise puder retificar os resultados do público e com isso oferecer-lhe o que necessita, haverá um retorno positivo tanto para a empresa quanto para o cliente. A satisfação completa por ser buscada, basta que se tenha um pouco mais de trabalho para identificar o

que o cliente quer. Para isso é utilizado o processo de comportamento do consumidor no Turismo.

Tomando por base o Jardim Zoológico de Brasília, se forem feitos estudos sobre o comportamento do visitante no parque será possível identificar como eles se comportam no presente local, quais são as maiores necessidades destes com relação aos serviços existentes e, ainda, melhorar no que for necessário para que o turista sintasse satisfeito com sua visita.

Quando um indivíduo resolve visitar o Jardim Zoológico, busca nesse local tranquilidade, contato com a natureza, algo diferente daquilo visto no seu dia-a-dia. Com esse estudo sobre “comportamento do consumidor”, pode ser identificado o que esse visitante busca (além do contato com a natureza), quais as razões para escolha do parque, como ele reage com os serviços encontrados, qual sua visão sobre a infra-estrutura de apoio ao turista, qual a opinião sobre o estado dos atrativos, a sinalização, serviço de informações etc. Mais adiante essas respostas poderão ser encontradas com a análise feita dentro do Parque durante o andamento do trabalho.

A finalidade dos modelos de comportamento do consumidor é buscar proporcionar uma versão simplificada das relações entre diversos fatores que influenciam o comportamento do consumidor. (SWARBROOK, HORNER, 2002 p. 71).

Portanto, esse modelo é uma forma de “descrever tal comportamento na tentativa de controlar os padrões comportamentais” (*id.* p. 71), e dessa forma se identificam os desejos, necessidades e carências atuais do turista numa determinada região, sendo importante para melhorar e atender aos anseios dos visitantes.

## **2.5 A oferta turística**

O turismo é um segmento que envolve vários serviços indispensáveis para o local ser ou não um atrativo turístico. Um local para ser considerado turístico precisa oferecer algo para atrair e manter o público que escolheu aquele determinado lugar. Não basta apenas a região possuir um atrativo interessante onde não existem serviços de iluminação, saneamento, alimentação etc. Se esse apoio não existir, não

haverá um público freqüentador e esse local será apenas uma área que tem um recurso, mas que não há infra-estrutura para receber pessoas.

Uma localidade então precisa oferecer serviços turísticos à comunidade e aos turistas, e isso chama-se oferta turística. Para Ignarra (1999, p. 47) a “oferta turística é constituída por um conjunto de elementos que conformam o produto turístico”. Portanto, para haver turismo e desenvolvimento da região, é preciso que haja um conjunto de serviços e estes formam o produto turístico, que é derivado da oferta turística.

Complementando Dias e Rodrigues (apud TABARES, 1998, p. 15) afirmam que:

O produto turístico é formado pelo conjunto de bens e serviços que o mercado oferece, para conforto material e espiritual, na forma individual ou em uma gama ampla de combinações resultantes das necessidades, ambições e desejos do consumidor ao qual chamamos de turista.

Tudo aquilo que um ser humano pode precisar, desde serviços básicos (banheiros, bebedouros, transporte público, telefones públicos, caixa de bancos, iluminação, saneamento de água e esgotos etc.) aos serviços turísticos (atrativos, guias etc.), formam esse produto turístico, que pode satisfazer o turista.

Por produto turístico entende-se tudo o que é oferecido aos turistas, incluindo atrações naturais, diversões, museus, paisagens, festivais e outras necessidades, tais como refeições, serviços de guias etc. (OLIVEIRA, 2002, p. 69).

No Zoológico de Brasília podemos encontrar diversões, museu (Museu de Taxidermia), alimentação, atrações, parques infantis etc. Sendo assim, um local que oferece produto turístico.

Segundo Ignarra (1999, p. 47), os serviços que compõem a oferta turística são os atrativos turísticos, os serviços turísticos, os serviços públicos e a infra-estrutura básica. Esse conjunto de elementos é que formam a oferta turística. Esses serviços precisam ser oferecidos ao público e de forma correta (conservados, limpos, fiscalizados) que farão bom proveito quando visitarem a localidade que se escolheu.

Por oferta turística entende-se tudo o que o local dispõe que pode ocupar o tempo dos turistas, englobando seus recursos naturais e artificiais, bem como os bens e serviços públicos e privados. (OLIVEIRA, 2002, p. 66). Portanto, para um

local ser considerado turístico precisa ter uma oferta turística para que o turista possa usufruir dos serviços que têm e necessitam, além de serem indispensáveis para sua movimentação dentro da localidade. É ideal que seja um complexo de serviços ao redor dos turistas e que se beneficiem com o que há de bom para se entreterem.

Quando um turista ou morador visita o Jardim Zoológico ele não vai somente para ver os animais, provavelmente ele espera encontrar no local alguns serviços básicos e turísticos, natural para um lugar que é considerado um atrativo.

Ainda para Ignarra (1999, p. 47) “o conceito de atrativo turístico é complexo, dado que a atratividade de certos elementos varia de forma acentuada de turista para turista”.

Em outras palavras, o que é atrativo para um turista, pode não ser atrativo para outro turista, a importância é diferente para cada um. Por exemplo, muitas vezes os zoológicos podem ser ótimos atrativos para algumas pessoas (família, crianças), mas para outros é um lugar que alguns não se sentem à vontade em visitar pois, para estas pessoas, os zoológicos mantêm animais presos, portanto, esse público que não concorda com essa atitude de prender os animais e expô-los a visita provavelmente não optará por passar um dia num zoológico.

Ainda Ignarra (1999, p. 48), “os atrativos estão relacionados com as motivações de viagens dos turistas e a avaliação que os mesmos fazem desses elementos”. Ele explica o seguinte:

é bastante usual que elementos que compõem o cotidiano das pessoas que residem em determinada localidade não lhes chame atenção e se mostrem extremamente atrativos para os visitantes que não participam desse cotidiano. (IGNARRA, 1999, p. 48).

Então é importante sempre renovar as estratégias, mudar as atrações ou inovar idéias para que as pessoas não percam o interesse pelo local. Pode ser que o atrativo não chame a atenção daqueles moradores locais, mas se atribuir ao lugar outras atividades, ou fazer uma divulgação maior do que o local oferece, pode despertar o interesse, já perdido, do público para visitar novamente, e até mesmo levar seus familiares para conhecer o atrativo.

Para Lage (2000, p. 28), o atrativo turístico é “entendido como todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos

humanos para conhecê-los”. Se um local é visitado por pessoas, seja por qualquer motivo (praticar o lazer, conhecer lugares diferentes, sair de sua residência para fazer algo) esse lugar é um atrativo, pois há algo nele que seduz os indivíduos para visitação.

No caso do Jardim Zoológico de Brasília, para que as pessoas não somente estejam no parque e vejam os animais, é interessante usar a área e os ambientes propícios a outras atividades que possam interessar diversos outros grupos, ou ainda, a família que está vendo os animais, usufruir dessas atividades que o Zoológico poderia oferecer por ser um local mais atraente para todos.

Tais atividades devem ser pensadas. Uma análise sobre comportamento do visitante dentro do Parque e uma pesquisa com os visitantes sobre que atividades poderiam ser oferecidas   o primeiro passo para refletir e providenciar quais serviços são cabíveis e possíveis de oferecer ao público para sentir-se mais satisfeito com o passeio e ainda ser capaz de aumentar o público visitante, já que o local disponibilizaria atividades extras em um só lugar, Jardim Zoológico.

Com isso pode-se tornar o local ainda mais interessante para diversos públicos, tornando o Zoológico de Brasília um forte atrativo para diversos públicos: moradores e turistas.

Um outro composto do produto turístico são os serviços turísticos. Para Ignarra (1999, p. 54), os serviços turísticos são os mais variados possíveis: meios de hospedagem, alimenta o, agenciamento, transportes turísticos, loca o de veículos e equipamentos, eventos, espaços para eventos, entretenimento, informa o turística, passeios e comércio turístico. Ignarra (1999, p. 55) explica o seguinte:

essa listagem não esgota a diversidade de serviços utilizados no turismo. Para cada um desses tipos deve-se levar em considera o uma infinidade de aspectos na sua avalia o. Não basta que o serviço seja disponível ao turista. É preciso que o mesmo apresente padrão de qualidade que é medido por vários aspectos.

Portanto, tais serviços dependem de uma série de aspectos, como o local onde se encontra o atrativo, do público que o visita, das condi oes que o local oferece, entre outros. E o responsável por esse complexo tem a obriga o de não apenas oferecer, mas ser capaz de satisfazer a popula o como um todo. A qualidade precisa estar sempre presente e a estrutura tem que atender à demanda para desenvolver positivamente a localidade turística.

Lage (2000, p. 28) afirma que:

Equipamentos e serviços turísticos entende-se como o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. São constituídos pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços voltados para o atendimento aos turistas.

Se um turista resolve fazer um turismo de aventura, por exemplo, alguns dos serviços não serão encontrados no local em si, serviços esses que são parte do conjunto de “serviços turísticos”, mas que, devido ao fato de ser um turismo de aventura, não é possível que se disponha de tudo o que foi citado acima. Há serviços adequados para cada região, não adianta dispor de algo se a estrutura do estabelecimento não convém. Em se tratando de natureza, não pode sobrecarregar o local se for prejudicial à natureza e aos animais. É necessário estudar os impactos negativos e positivos da movimentação turística numa região como essa para não afetar o meio ambiente.

Outro ponto que vale salientar é sobre a qualidade do serviço. O serviço precisa ser bom, se não de nada adianta oferecer e não agradar.

No Jardim Zoológico de Brasília é possível encontrar vários dos serviços turísticos. São eles: alimentação (duas lanchonetes), entretenimento (visitação pública dos animais, parques infantis, passeios noturnos etc.), informação turística (Centro de Informação Turística - CIT).

Ignarra (1999, p. 57) lista os seguintes serviços públicos de apoio ao turista: transportes, serviços bancários, serviços de saúde, serviços de segurança, serviços de informação, serviços de comunicações, serviços de automobilística e comércio turístico.

Pode-se encontrar no Zôo de Brasília alguns desses serviços, como o serviço de segurança e os serviços de informações.

Por fim, tem-se a infra-estrutura básica, a qual é uma pré-condição para o desenvolvimento turístico. (*id.* 1999, p. 58).

Entende-se por infra-estrutura a disponibilidade de bens e serviços com que conta um país para sustentar suas estruturas sociais e produtivas. Fazem parte da mesma a educação, os serviços de saúde, a moradia, os transportes, as comunicações e a energia. (BOULLÓN, 2002, P. 58).

Quando a cidade disponibiliza de seus atrativos turísticos ao público, esses atrativos precisam estar aptos a receber as pessoas que o visitam. Eles precisam possuir toda uma infra-estrutura para que o visitante sintam-se satisfeito com aquela visita, ou seja, é necessário que ele atenda às expectativas, desejos e necessidades das pessoas.

A infra-estrutura básica corresponde aos sistemas de geração e fornecimento de água, eletricidade, combustíveis, saneamento básico, telecomunicação, rede viária e todos serviços básicos, com uma qualidade mínima exigível para a efetivação de graduação razoável e necessária para que a localidade possa ser classificada como urbanístico em suas instalações. (ANDRADE, 2002 p.109).

Esses elementos de infra-estrutura básica são essenciais à qualidade de vida das comunidades e que beneficiam complementarmente os turistas ou os empreendimentos turísticos. Ignarra (1999, p. 31) explica que, embora esses elementos não sejam implantados para beneficiar exclusivamente turistas, podem contribuir para a qualidade do produto turístico.

Com isso, percebe-se que todo e qualquer lugar que seja considerado atrativo precisa disponibilizar primeiramente os serviços básicos de infra-estrutura. Sem esses serviços é impossível que o local tenha desenvolvimento positivo e rotatividade de visitantes.

Para Ignarra (1999, p. 58), a infra-estrutura básica de uma destinação turística também é elemento fundamental para a viabilização da atividade. Ele explica, ainda, que a implantação de uma estrutura turística em determinada localidade depende da disponibilidade de alguns insumos básicos.

Por exemplo, um turista que visita um Jardim Zoológico não espera ver somente os animais, o visitante gastará certo tempo do seu dia nesse parque, e provavelmente procurará por alguns serviços, como banheiros, bebedouros, local para alguma refeição (almoço, lanche).

A infra-estrutura básica também é composta por sistema de esgoto e de abastecimento de água, energia, estradas, aeroportos, portos, estações ferroviárias e rodoviárias (DIAS, 2005, p. 60).

Contudo, em todo e qualquer local é indispensável que haja infra-estrutura básica, esse fator é importante para que a localidade se desenvolva e possua um atendimento eficaz das necessidades básicas.

## 2.6 Infra-estrutura de apoio turístico

Lage (2000, p. 29) e Oliveira (2002, p. 66) definiram infra-estrutura de apoio turístico da seguinte forma:

formada pelo conjunto de obras e instalações de estrutura física de base que proporciona o deslocamento da atividade turística, tais como o sistema de comunicações, transportes, serviços urbanos (água, esgoto, luz, sinalização, limpeza urbana etc. ).

É muito importante que a localidade considerada atrativo turístico possua não só a infra-estrutura básica, mas também a infra-estrutura de apoio turístico.

Para Beni (2003, p. 133) uma infra-estrutura de apoio ao turista eficiente deve compor das seguintes operações:

1. Serviços de preservação e conservação permanentes do patrimônio natural e cultural;
2. Preservação dos espaços culturais e recreacionais e de suas vias de acessos;
3. Sistema informativo e indicativo das áreas;
4. Saneamento básico - abastecimento de água, coleta de lixo e disposição de esgoto, energia elétrica e iluminação pública, transporte coletivo, comunicação, abastecimento, conservação de logradouros públicos, equipamentos e serviços de infra-estrutura do turismo;
5. Estrutura de conforto junto aos espaços com grande concentração de público, como banheiros e bebedouros; e
6. Terminais de transporte nas áreas de grande afluência turística e áreas de estacionamento de veículos.

O primeiro item diz respeito à preservação e conservação permanentes do patrimônio natural e cultural, porque de nada adianta possuir um atrativo turístico, oferecê-lo à comunidade e não mantê-lo conservado.

Outro item importante é com relação à preservação dos espaços culturais e recreacionais e de suas vias de acessos. Preservar sempre será importante para qualquer empreendimento de sucesso, o atrativo precisa estar em boas mãos para que não aconteça a degradação do meio, tanto o natural quanto o cultural.

Para o desenvolvimento do local turístico é indispensável que haja as placas de sinalização e os indicativos com as respectivas áreas, além de um local que disponha de informações diretas ao turista. Esse tipo de serviço é importante para facilitar e permitir a movimentação livre dos turistas num determinado local sem que ele sintasse perdido ou desorientado.

Tem-se ainda os serviços de saneamento básico, que são necessários para o desenvolvimento de qualquer lugar onde há circulação de pessoas.

Há também os serviços de conforto para locais com grandes concentrações públicas: os banheiros e bebedouros. É preciso que esses serviços possuam vigilância constantemente, pois precisam estar limpos e em bom estado para o uso de qualquer pessoa.

Por último têm-se os terminais de transporte nas áreas de grande afluência turística e áreas de estacionamento de veículos, que também são serviços indispensáveis para desenvolver o lugar para o turismo. Sem esses serviços fica difícil a movimentação das pessoas, o lugar pode ficar desorganizado e confuso.

Cada item é importante para o desenvolvimento da localidade turística. Quanto mais estrutura e qualidade o atrativo oferecer ao visitante, maior a satisfação haverá por parte dele, pois tudo o que o turista pode precisar estará a sua disposição através desses serviços.

No caso do Zoológico de Brasília, esses serviços são oferecidos ao público, falta analisar se estes estão em bom estado de conservação, como os banheiros, bebedouros, placas de sinalização, telefones públicos etc.

Também é importante verificar no Parque se os visitantes estão satisfeitos com a infra-estrutura oferecida para o público, é preciso sempre estar ciente da opinião de quem visita o local para poder investir na melhoria dos serviços oferecidos. A visão de quem trabalha no zoológico pode ser diferente da visão de quem o visita, portanto, manter, conservar e até mesmo inovar os serviços são necessários para uma infra-estrutura satisfatória às pessoas.

### 3. Análise dos dados

De acordo com o objetivo proposto, buscou-se analisar a percepção do visitante com relação à infra-estrutura do Jardim Zoológico de Brasília.

Para alcançar tal proposta, foram aplicados questionários com perguntas sobre satisfação, infra-estrutura e destino dos visitantes para identificar também qual o público freqüentador do Zoológico.

De acordo com os respondentes, o parque necessita de algumas mudanças para tornar-se um local mais atraente para o público, a infra-estrutura existente não supre todos os desejos e anseios dos visitantes.

No período em que ocorreram os questionários, o público freqüentador do parque era, em sua maioria, moradores de Brasília, e para ser mais específico, do Entorno.

Isso demonstra que os moradores do Distrito Federal têm o costume de visitar o parque. Numa outra variável perguntou-se quantas vezes o entrevistado foi ao zoológico e mais da metade já o tinha visitado mais de uma vez. Os respondentes que estavam fazendo sua primeira visita eram os turistas vindos de outras regiões, como São Paulo, Rio de Janeiro, Unai, Goiânia e Salvador.

Um ponto importante a ressaltar é sobre o conhecimento do público com relação aos outros zoológicos. Esse fato contribuiu porque o entrevistado teve como fazer comparações com dois atrativos em diferentes locais. Ele foi levado a refletir sobre o que outro zoológico tinha para oferecer, comparativamente com o zôo de Brasília,, assim ele pôde falar com propriedade o que o deixou insatisfeito com o zoológico do DF.

Analisando as respostas dos entrevistados dentro do Jardim Zoológico evidenciou-se que, embora o parque possua uma infra-estrutura básica, serviço de alimentação, placas de sinalização e variada coleção de espécies, os visitantes tiveram a percepção de que alguns serviços ficam a desejar.

Observa-se que o Zoológico tem um forte potencial para atender e satisfazer as necessidades dos moradores e turistas. Possui uma área significativa, capaz de receber um número grande de pessoas, além de abrigar um grande e variado número de espécies de animais, muitas árvores e boa sinalização.

Mas todas essas características do Zoológico não satisfazem por completo o visitante. Ele quer mais do que o Zôo oferece, ele quer mais do que serviços básicos e pipoqueiros espalhados pelo parque.

A atual infra-estrutura de apoio do Zoológico de Brasília não está satisfazendo totalmente o visitante. Ela conta com serviços básicos e turísticos.

Esses serviços são: banheiros, bebedouros, lanchonetes, centro de informação turística, telefones públicos, estacionamento, placas de sinalização, mapas espalhados pelo parque do Zôo e vigilantes.

O que se pôde verificar com a análise dos dados foi que o Zoológico, mesmo dispondo dessa infra-estrutura de apoio, não atendeu aos anseios dos entrevistados.

As razões foram diversas: banheiros e bebedouros em más condições, algumas placas de sinalização estão velhas e apagadas, os mapas do zôo espalhados pelo parque também estão velhos e desatualizados, há falta de monitores e guias, o estacionamento no meio fio não agrada a todos.

Ainda foi analisado que, mesmo o zoológico dispondo de duas lanchonetes, estas não satisfazem as necessidades dos visitantes. Eles querem um restaurante, uma praça de alimentação, com serviços de qualidade. Muitos alegaram que freqüentariam o parque mais vezes se houvesse uma área de alimentação com diferentes opções de refeições.

Como o Zoológico é um local que é visitado por famílias (adultos, crianças, idosos, grupos escolares), e por ser um local com muitos animais, não é possível conhecer todos os recintos em um curto período de tempo. Portanto, esse serviço de alimentação é essencial para o visitante, por isso eles evidenciam a necessidade de um local com maior e melhor variedade, inclusive de almoço.

Alguns outros itens foram sugeridos pelos entrevistados e que de fato também são importantes para aumentar a satisfação do visitante no Jardim Zoológico. Eles propuseram quiosques espalhados pelo parque que vendesse água, sucos e água de coco. Dessa forma diminuiria o fluxo de pessoas num só ambiente (na lanchonete) e a pessoa não precisaria ficar na fila para comprar apenas uma bebida. Esse tipo de serviço é importante também porque o indivíduo está a todo tempo se locomovendo, tais necessidades são essenciais para os indivíduos no decorrer do passeio.

Mais uma proposta para melhoria do local seriam mapas do zôo para serem distribuídos aos visitantes. Como o parque é grande, as pessoas sentiram a necessidade de algo para guiá-los, e afirmaram que um mapa seria ideal para ajudar no percurso.

De acordo com análise de dados verificou-se que o Jardim Zoológico de Brasília recebe visitas tanto de turistas quanto de moradores.

No período em que foram aplicados os questionários houve mais visitas de moradores (mais especificamente, do Entorno) do que de turistas. Mas isso mostra que o parque possui um público variado, e que se melhorassem os serviços, esse público (turista e moradores de Brasília) poderia visitar o zôo mais vezes e ser mais indicado para as pessoas que vêm à Brasília.

Para o parque atrair mais moradores e turistas é necessário primeiramente melhorar os serviços existentes no parque, assim como acrescentar os inexistentes. Assim, as pessoas notariam as mudanças, iriam se sentir mais satisfeitas e passariam essa satisfação vivida para outras pessoas.

A diretoria do parque pode, também, depois das mudanças, atualizar o site do Zôo e informar as mudanças e novidades do parque. Depois disso é importante promover eventos educativos e de entretenimento para as pessoas terem um incentivo a mais para visitar o parque.

Com essas propostas pode-se aumentar o número de visitas ao parque, satisfazendo o público e atendendo as suas necessidades e anseios. E quanto mais visitado, mais o local pode ser desenvolvido..

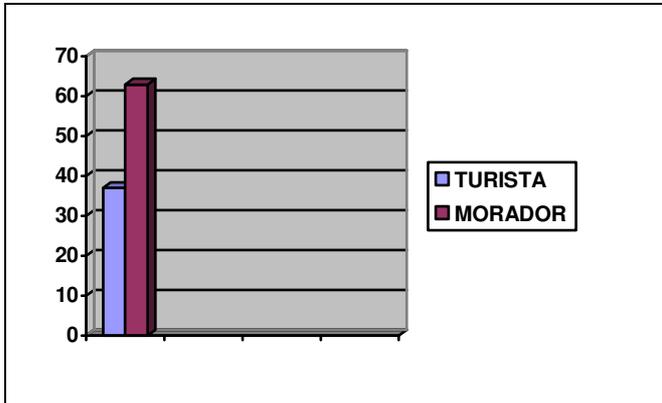
### **3.1 Análise da Percepção dos Visitantes sobre a Infra-estrutura do Jardim Zoológico de Brasília**

De acordo com a pesquisa realizada dentro do Jardim Zoológico de Brasília sobre satisfação, lazer e infra-estrutura, seguem abaixo as análises das variáveis propostas neste trabalho.

A primeira variável relaciona-se ao público freqüentador do Zoológico de Brasília. De acordo com o Gráfico 1, a maioria do público (63% dos respondentes) é representada pelos próprios moradores do Distrito Federal. Portanto, verifica-se que,

de acordo com os questionários aplicados no período, o Zôo foi mais visitado pela comunidade local.

**Gráfico 1: Origem dos freqüentadores do Zoológico.**



Baseado nas informações coletadas no período da análise, pôde-se verificar que a procura pelo Zoológico se dá principalmente pela motivação do lazer típico e característico de centros urbanos, ou seja, as respostas encontradas para este trabalho evidenciou a utilização do zoológico mais para o lazer da comunidade local. Portanto, a população moradora deve ser ouvida com mais atenção no que se refere a formulação de estratégias para melhorar a utilização do Zoológico de Brasília.

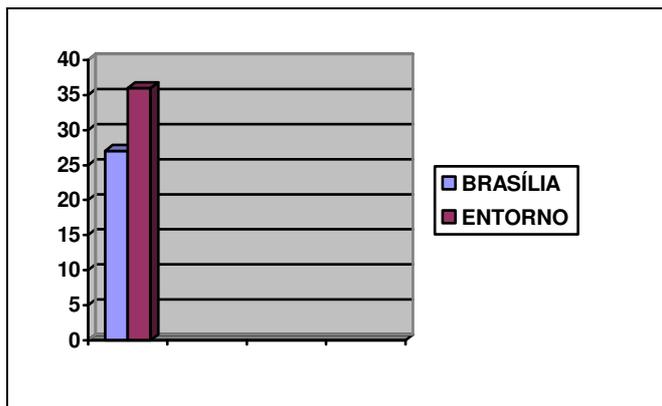
Considerando os respondentes que não são do Distrito Federal (37%), pôde-se evidenciar que apesar da maioria do público ser a própria comunidade, os turistas se interessam pelo Zoológico de Brasília, o que serve de incentivo para novas ações e implementação de apoio estrutural mais característico de atrativos turísticos, ou seja, investimentos em recursos que agradam turistas, como por exemplo, lojas de *souvenires*.

Em relação ao local do Distrito Federal onde esses visitantes residem, foi observado que grande parte é do Entorno (Gráfico 2).

Com isso, verifica-se que o público freqüentador nesse período veio de locais distantes do Parque, mostrando assim ser um atrativo forte para essas pessoas, e que por isso merece total atenção no que diz respeito aos serviços que eles podem adquirir dentro do Zôo. Provavelmente essas pessoas que saem do Entorno para visitar o Jardim Zoológico no fim de semana passarão o dia todo no local, e com isso necessitarão de diversos serviços para que sua visita seja agradável e duradoura.

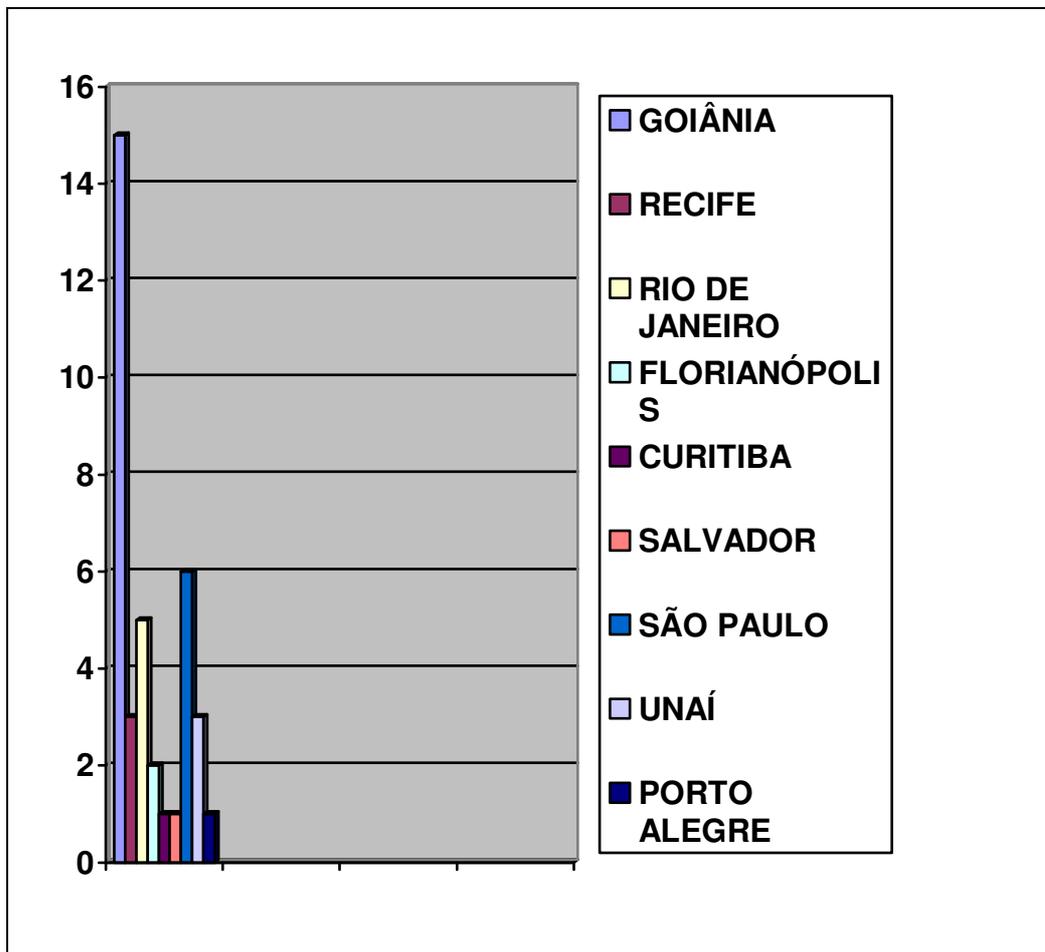
Para ser agradável é preciso que o Zôo ofereça todos os serviços que um visitante possa vir a utilizar num dia de lazer com a família. São serviços esses já citados no desenvolvimento do trabalho e que são indispensáveis para um local ser considerado atrativo turístico. Isso faz com que o visitante permaneça mais tempo no local também.

**Gráfico 2 – Origem dos freqüentadores do Zoológico.**



O Gráfico 3 identifica a origem do turista entrevistado no Zôo. As regiões dessas pessoas são: São Paulo-SP (6%), Unaí-MG (3%), Porto Alegre-RS (uma pessoa), Rio de Janeiro-RJ (4%) Salvador-BA (1%), Recife-PE (3%), Florianópolis-SC (2%), e a grande maioria são de Goiânia-GO (15%).

Gráfico 3 – Origem dos turistas



A segunda variável diz respeito à frequência com que esse público visita o parque.

Conforme o Gráfico 4 percebe-se que mais da metade dos entrevistados já tinha visitado o parque mais de uma vez, e a minoria o fazia pela primeira vez.

Essa minoria eram os turistas, e foi interessante direcionar para estes os questionários, pois sua visão poderia ser diferente daqueles que sempre freqüentam o Zôo. E de fato foram. Esses turistas já tinham visitado outros Zoológicos e puderam fazer uma comparação com o Zôo de Brasília no que diz respeito à infraestrutura, alimentação e coleção e variedade de espécies (essa opinião será verificada nas próximas variáveis).

Já a outra parte do público, os moradores de Brasília e do Entorno, grande parte já havia visitado o Zôo outras vezes, isso demonstra que o local atrai esse público novamente e que são eles que contribuem com um grande número de visitas

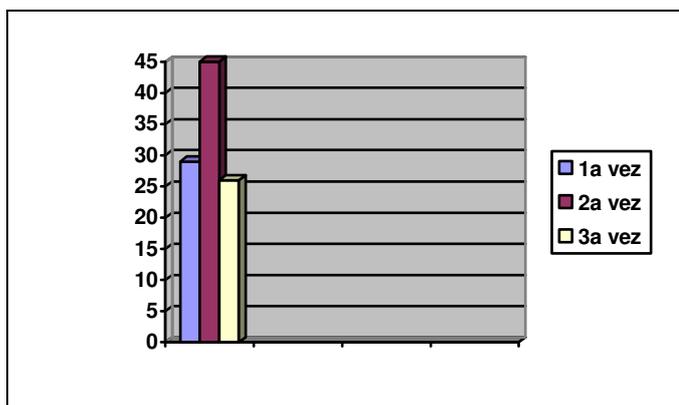
nos fins de semana. São públicos fiéis e que utilizam o Zoológico de Brasília para suas atividades de lazer, descanso e entretenimento.

O Zôo é um forte atrativo para os moradores, pois é um local de refúgio para as pessoas poderem praticar o lazer. Dentro do parque encontram-se a visitação pública dos animais, parques infantis, museu, lanchonetes, churrasqueiras, locais para descanso (árvores onde é possível pendurar redes, entre outros. Esses serviços atraem as pessoas, pois elas sentem a necessidade de sair de suas casas nos dias de folga e passar seu tempo num local com atrativos que possam agradar a família como um todo.

Para os turistas também não deixa de ser um local atraente, pois é uma experiência nova, eles têm a oportunidade de conhecer os animais da região do Cerrado e passar seu momento vivido para os familiares e amigos. Por isso é importante que o Zôo ofereça serviços de qualidade.

É indispensável que haja serviços de qualidade e uma fiscalização rigorosa com a satisfação dos visitantes para que eles continuem a voltar ao Jardim Zoológico e que, em seu retorno, tragam familiares, amigos e pessoas de outras regiões.

**Gráfico 4 – Conhecimento do público freqüentador com outros Zoológicos.**



A terceira variável diz respeito ao conhecimento do público sobre outros Jardins Zoológicos. Quando o indivíduo tem a oportunidade de conhecer um atrativo como esse ele tem um meio de comparar os serviços de cada um, podendo ter uma opinião comparativa do que cada local ofereceu e qual melhor o satisfaz. Muitas vezes o Parque pode oferecer uma variedade enorme de animais e espécies, mas deixa a desejar quando o assunto é infra-estrutura básica e turística.

No caso dos entrevistados no Zoológico de Brasília, conforme o Gráfico 5, uma parte (quarenta e duas pessoas) respondeu que já tiveram a oportunidade de visitar outros zôos, sendo os seguintes: Jardim Zoológico do Rio de Janeiro - RJ (Fundação Riozoo), Zoológico de São Paulo - SP (Fundação Parque Zoológico de São Paulo), Parque Zoológico de Goiânia-GO, Zoológico de Curitiba - PR e o Zoológico de Salvador - BA.

Alguns desses visitantes puderam comparar os serviços vistos nos outros Zoológicos com o de Brasília.

Os turistas que são de São Paulo, por exemplo, fizeram várias comparações, afirmando que o Zôo de São Paulo possui uma infinidade de serviços que não foram encontrados no Zoológico de Brasília, tais como: uma praça de alimentação, quiosques de sorvete, máquinas de refrigerantes espalhadas pelo parque, fraldário e loja com lembrancinhas do Zôo.

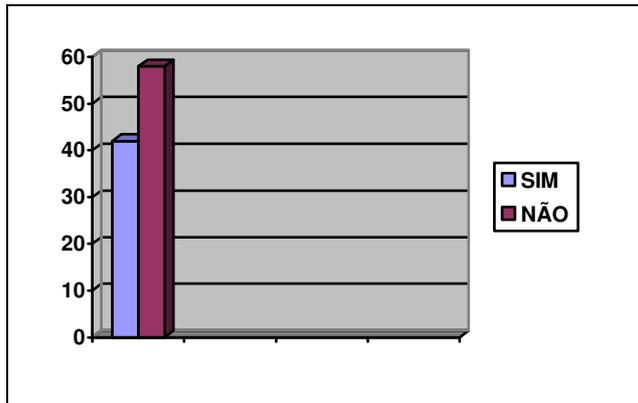
Os turistas vindos do Rio de Janeiro e de Salvador não fizeram comparações quanto à infra-estrutura, apenas afirmaram que sentiram falta de alguns serviços (a falta desses serviços será citada logo abaixo).

Já os turistas vindos de Goiânia apenas afirmaram que o Zoológico de Goiânia era melhor que o de Brasília no que diz respeito aos animais e a organização. A impressão que foi passada seria de que o Zoológico de Goiânia é mais novo e conservado que o de Brasília.

Embora seja mais fácil opinar quando se têm dois objetos para comparação, os entrevistados que nunca estiveram em outros Zoológicos também são aptos para descrever o que aumentaria sua satisfação dentro do Zôo de Brasília. É algo que basta apenas estar no local e sentir quais são as necessidades para verificar se há como supri-las ou não.

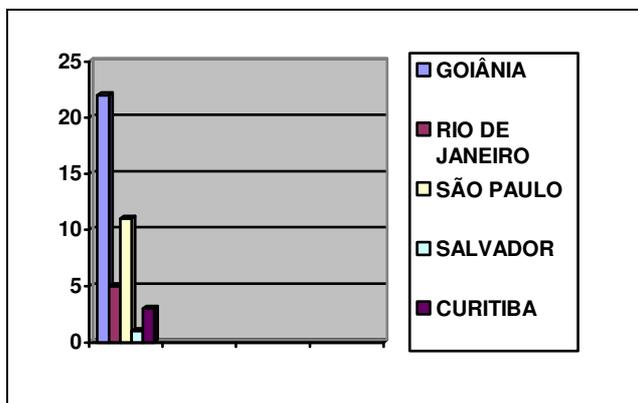
Portanto todas as opiniões são relevantes para a conclusão do trabalho.

**Gráfico 5 – Conhecimento do público com outros Zoológicos.**



O Gráfico 6 mostra os Zoológicos que os visitantes já conheceram antes de estarem no Zôo de Brasília. O Zoológico mais visitado pelos entrevistados foi o Zôo de Goiânia, 22% dos respondentes tiveram a oportunidade de conhecer esse Parque. Já São Paulo tinha um público de 4% vindos da região e 7% de outras regiões já visitaram o Zôo de São Paulo. 3% dos visitantes conheceram o Zôo de Curitiba e 1% conheceu o Zôo de Salvador.

**Gráfico 6 – Zoológicos visitados pelo público antes de conhecer o Zôo de Brasília.**



A quarta variável diz respeito à infra-estrutura de apoio ao turista. Esse item é importante, pois todo e qualquer local considerado atrativo precisa oferecer serviços de apoio aos turistas, e como o Jardim Zoológico de Brasília é uma área de lazer ao público e também um atrativo, é preciso analisar se há esse tipo de serviço e qual a satisfação dos visitantes com relação ao que existe dentro do parque.

A pergunta foi simples e direta para que fosse obtida a primeira impressão do público com relação a esse serviço, no qual durante o desenvolvimento desse

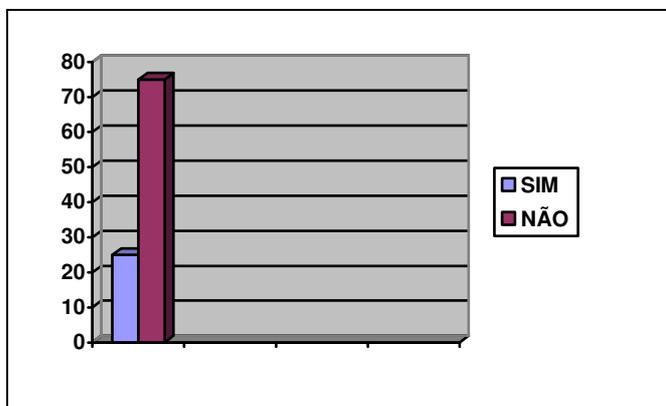
trabalho, mostrou-se como é importante e indispensável para um local considerado atrativo possuir infra-estrutura de apoio turística.

Conforme o Gráfico 7, 75% têm a seguinte opinião: o Zoológico de Brasília não possui infra-estrutura de apoio adequada para receber visitantes.

Esse fator leva a pensar que, mesmo o Zôo sendo um local procurado por turistas e moradores, um local onde nos finais de semana se formam filas de carros de passeio na entrada do parque, que de acordo com o público possui uma coleção e variedades de espécies excelentes (esse ponto foi observado pelos questionários feitos pela Ouvidoria do Zôo e aplicados pelos alunos/estagiários do curso de Turismo), o público que respondeu aos questionários não afirma que o parque possui uma infra-estrutura de apoio ao turista.

Contudo, é importante analisar o porquê dessa opinião, quais os serviços que deixaram o visitante insatisfeito e obviamente procurar atender essas necessidades para que o Zôo continue sendo um local interessante e satisfatório, capaz de atender os turistas e moradores com qualidade e serviços indispensáveis.

**Gráfico 7 – Infra-estrutura de apoio turístico**



A próxima variável leva em consideração a opinião do público frequentador e como aumentar a satisfação deles no Jardim Zoológico de Brasília.

Essa pergunta foi aberta para que o entrevistado tivesse a liberdade de responder qual serviço carece dentro do Zôo.

As respostas foram bastante variadas. Mas uma em particular chamou a atenção, aquela em relação à área de alimentação. Vinte e cinco pessoas responderam que para aumentar sua satisfação deveria haver um restaurante dentro do zoológico. Muitas afirmaram que se houvesse um restaurante eles viriam mais

vezes no Zoológico porque é um local atraente, mas que não é possível permanecer muito tempo por falta de um local adequado para fazer refeições. As lanchonetes oferecem apenas lanche e marmitta, e essa comida não agradou os visitantes. Contudo, 6% responderam que o parque necessita de mais lanchonetes.

Já os banheiros, bebedouros e estacionamentos também foram citados. 9% reclamaram da aparência dos banheiros, afirmando que, além de estarem mal localizados, estavam sujos e com mau cheiro. 7% afirmaram que deveria ter mais bebedouros espalhados no parque e em melhores condições. Alguns deles estavam sujos (devido ao fato de estarem debaixo de árvores), alguns simplesmente estavam quebrados, e eram poucos para o tamanho no parque. 6% também alegaram que para se sentirem mais satisfeitos, deveriam melhorar a área de estacionamento.

Uma outra resposta obtida pelos entrevistados com relação à satisfação foi a ausência de mapas do zôo. 20% sentiram falta de um mapa para guiarem-se dentro do parque, afirmando que esse item é indispensável para o local. O Parque dispõe de placas grandes com o desenho do Zôo, mas não satisfaz por completo o visitante, pois este desejaria ter em mãos um mapa impresso e atualizado.

Esse serviço de disponibilizar mapas do Zôo é de fato relevante porque o parque é grande e muitas vezes o visitante sente-se perdido, sem saber quais os locais por onde já passou, sendo interessante tanto para o morador quanto para o turista ter em mãos esse material que serviria de guia do local.

Talvez pela falta de mapas, 6% responderam que o parque precisa de guias e/ou monitores para ajudar na visita.

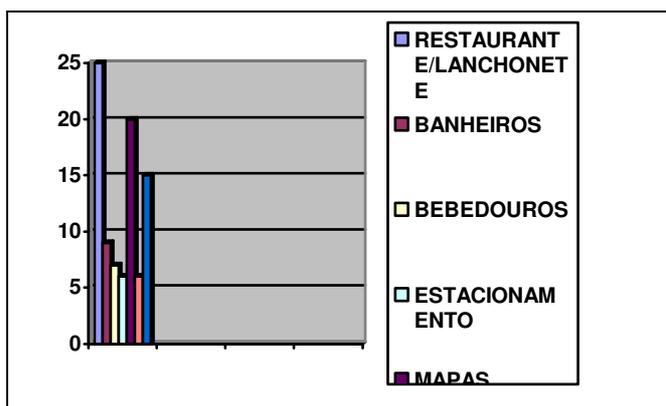
As outras respostas foram variadas, são elas: 2% responderam que era a limpeza do parque, 1% respondeu que a falta de um fraldário, 2% acham que é preciso melhorar as placas de indicação e deixá-las em melhores condições, 1% respondeu que precisa aumentar o número de animais e espécies, 1% respondeu que gostaria de ver o fim das obras, 3% responderam que era a falta de locais para descanso (sombras, árvores e bancos), 1% respondeu que uma loja de *souvenires*, 1% respondeu que uma loja com lembrancinhas do Zôo e, por fim, 2% responderam que, para deixá-lo mais satisfeito com a visita, deveria haver quiosques de água, sucos e água de coco.

Esses itens de fato contribuiriam para aumentar a satisfação dos visitantes no Parque, pois são serviços que deveriam haver em um local que é um atrativo da

cidade. São serviços que dão apoio ao visitante e que os ajudam a permanecer mais tempo no local e com maior prazer.

Conforme o Gráfico 8 pode-se verificar as maiores necessidades dos entrevistados.

**Gráfico 8 – Itens para aumentar a satisfação do visitante.**



Por fim, a última variável diz respeito à satisfação dos entrevistados com relação aos serviços dentro do parque. (Tabela 1).

Neste item as pessoas deram a opinião de 1 a 4, sendo 1 – insatisfeito, 2 – pouco satisfeito, 3 – satisfeito e 4 – muito satisfeito.

**Tabela 1 – Percepção dos visitantes quanto aos serviços**

SERVIÇO	nota 1	nota 2	nota 3	nota 4
Banheiros	37	42	12	9
Bebedouros	45	39	9	7
Atrativos	12	15	48	25
Alimentação	57	35	5	3
Estacionamento	18	19	35	28
Sinalização	25	21	35	18
Informação	29	39	15	17

Percebe-se que os itens banheiro, bebedouros, alimentação e informação são os que mais deixam os visitantes insatisfeitos durante a visita.

O Zôo de Brasília possui banheiros e bebedouros, mas de acordo com os entrevistados esses itens os deixaram insatisfeitos.

Os atrativos ganharam uma boa nota, levando em consideração a aparência do Parque, a variedade de animais e espécies e os locais de descanso e lazer, etc. Talvez seja esse o motivo para receber um número relativo grande de pessoas, pois independente de haver ou não serviços de infra-estrutura de apoio turístico, o Zoológico atrai os visitantes com seus atrativos.

O item alimentação é precário de acordo com a opinião dos entrevistados. Apenas 8% disseram estar satisfeitas com esse serviço. É necessário que haja uma mudança imediata nessa questão para verificar se de fato as pessoas viriam mais vezes ao Zoológico se melhorasse a área de alimentação.

A área de estacionamento deixou 37% das pessoas insatisfeitas. As outras 63% mostraram-se satisfeitas com esse item.

A sinalização foi um item bastante equilibrado. Foram opiniões diversas, mas não deixa de ser importante verificar o porquê dos insatisfeitos, qual a razão da sinalização estar ruim.

Por fim tem-se a informações aos visitantes. 32% pessoas se declararam insatisfeitas com as informações fornecidas, ou até mesmo a falta de informação que elas precisavam. É importante verificar o número de pessoas que trabalham no parque e que fornecem informações para saber se estão sendo claras e porque estão sendo insatisfatórias aos visitantes.

Esses resultados levam a concluir que, apesar de o Zoológico de Brasília possuir um número relevante de visitantes e grande parte dos entrevistados estarem no local mais de uma vez, é necessário oferecer mais do que os serviços já existentes, ou seja, o público precisa sentir-se mais satisfeito com a sua visita e com isso o resultado é positivo para ambas as partes.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o objetivo proposto, buscou-se analisar a percepção do visitante com relação à infra-estrutura do Jardim Zoológico de Brasília.

Para alcançar tal proposta, foram aplicados questionários com perguntas sobre satisfação, infra-estrutura e destino dos visitantes para identificar também qual o público freqüentador do Zoológico.

De acordo com os questionários, o parque necessita de algumas mudanças para tornar-se um local mais atraente para o público, a infra-estrutura existente não supre todos os desejos e anseios dos visitantes.

No período em que ocorreram as entrevistas, o público freqüentador do parque era, em sua maioria, moradores de Brasília e do Entorno.

Isso demonstra que os moradores do Distrito Federal têm o costume de visitar o parque. Numa outra variável perguntou-se quantas vezes o entrevistado foi no zoológico e mais da metade já o tinha visitado mais de uma vez. Os entrevistados que estavam fazendo sua primeira eram os turistas vindos de outras regiões, como São Paulo, Rio de Janeiro, Unai, Goiânia e Salvador.

Um ponto importante a ressaltar é sobre o conhecimento do público com relação aos outros zoológicos. Esse fato contribuiu porque o respondente teve como fazer comparações com dois atrativos em diferentes locais. Ele foi forçado a refletir sobre o que ofereciam diferentes parques de diferentes lugares, comparando com o que faltaria ao Zoológico de Brasília, assim ele pôde falar com firmeza o que o agradou e o que o deixou insatisfeito.

Analisando as respostas dos entrevistados dentro do Jardim Zoológico evidencia-se que, embora o parque possua uma infra-estrutura básica, serviço de alimentação, placas de sinalização e a variada coleção de espécies e possua animais exóticos, a maioria da coleção representa a fauna da América do Sul, em especial do cerrado brasileiro.

Observa-se que o Zoológico tem um forte potencial para atender e satisfazer as necessidades dos moradores e turistas. Possui uma área significativa, capaz de receber um número grande de pessoas, além de abrigar um grande e variado número de espécies, muitas árvores e boa sinalização.

A atual infra-estrutura de apoio do Zoológico de Brasília não está satisfazendo totalmente o visitante. Ela conta com serviços básicos e turísticos.

Esses serviços são: bebedouros (anexo A), banheiros (anexo B), lanchonetes (anexo C), mapas espalhados pelo parque do Zôo (anexo D), placas de sinalização (anexo E), estacionamento (anexo F), centro de informação turística (anexo G), telefones públicos e vigilantes.

O que se pôde concluir com a análise dos dados foi que o zoológico, mesmo dispondo dessa infra-estrutura de apoio, não atendeu aos anseios e expectativas dos entrevistados.

As razões foram diversas: banheiros e bebedouros em más condições, algumas placas de sinalização em mau estado de conservação, os mapas do zôo velhos e desatualizados, falta de monitores e guias e o estacionamento no meio fio não agrada a todos.

Ainda foi analisado que, mesmo o zoológico dispondo de duas lanchonetes, estas não satisfazem as necessidades dos visitantes. Há necessidade de uma praça de alimentação com restaurantes e lanchonetes, onde haja ofertas de alimentação mais diversificada e variada, com serviços de boa qualidade. Muitos alegaram que freqüentariam o parque mais vezes se houvesse essa oferta de serviços.

Mais uma proposta para melhoria do local seriam mapas do zôo para serem distribuídos aos visitantes. Como o parque é grande, as pessoas sentiram a necessidade de algo para guiá-los, e afirmaram que um mapa é ideal para ajudar no percurso.

De acordo com análise de dados verificou-se que o Jardim Zoológico de Brasília recebe visitas tantos de turistas quanto de moradores.

Para o parque atrair mais moradores e turistas é fundamental e urgente melhorar sua infra-estrutura, modernizando os serviços básicos existentes, investindo na implantação de novos serviços, atendendo sugestões dos usuários e de seus freqüentadores. As mudanças certamente seriam sentidas rapidamente, aumentando o grau de satisfação das pessoas e atraindo um número cada vez maior de visitantes, contribuindo para o bem-estar de todos, além de divulgar em melhores condições os atrativos da cidade.

A diretoria do parque, depois de realizadas as principais mudanças, pode atualizar o site do Zôo e informar dessas modificações e novidades executadas no parque. Depois disso seria importante promover eventos educativos e de

entretenimento para as pessoas terem um incentivo a mais para visitar o Zoológico da cidade.

Com essas propostas poder-se-ia aumentar o número de visitas no parque, atendendo aos principais anseios e necessidades do público. Este deveria ser um objetivo permanente de todos, seja dos representantes dos diversos órgãos governamentais, dos diversos segmentos da sociedade e de todos que de forma direta e indireta são protagonistas desse importante ramo de atividade que é o turismo.

Não houberem dificuldades para realização do projeto, e este contribuirá para que sejam buscadas ações para melhoria dos serviços no parque.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente. *Gestão em lazer e turismo*. Belo Horizonte: Autentica, 2001.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2003.

BOULLÓN, Roberto. **Planejamento do espaço turístico**. São Paulo: Edusc, 2002.

BOULLÓN, Roberto. *Atividades turísticas e recreativas: o homem como protagonista*. Bauru: Edusc, 2004.

BRASÍLIA E REGIÃO CONVENTION & VISITORS BUREAU. Portal Brasileiro do Turismo. Disponível em: <[http://www.braziltour.com/site/br/cidades/materia.php?id\\_cidade=1028](http://www.braziltour.com/site/br/cidades/materia.php?id_cidade=1028)>. Acesso em: 5 maio. 2009.

CAMARGO, Luiz Octavio de Lima. **O que é lazer**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

DIAS, Reinaldo e AGUIAR, Maria Rodrigues. **Fundamentos do turismo**. Campinas: Alínea, 2002.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

DUMAZEDIER, Joffre. **Planejamento de lazer no Brasil: valores e conteúdos culturais do lazer**. São Paulo: SESC, 1980.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 2002.

INSTITUTO BRASÍLIA AMBIENTAL. **Governo do Distrito Federal**. Disponível em: <<http://www.ibram.df.gov.br/>>. Acesso em 05 maio 2009.

JARDIM ZOOLOGICO DE BRASÍLIA. **Governo do Distrito Federal**. Disponível em: <<http://www.zoo.df.gov.br/>>. Acesso em: 05 maio 2009.

JARDIM BOTÂNICO DE BRASÍLIA. **Governo do Distrito Federal**. Disponível em: <<http://www.jardimbotanico.df.gov.br/>> . Acesso em: 15 agosto de 2008.

LAGE, Beatriz Helena. **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Estudos do lazer: uma introdução**. Campinas: autores associados, 1996.

MINAYO, Maria Cecília. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2002.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO E MEIO AMBIENTE. **Governo do Distrito Federal** Disponível em: <[http://www.girafamania.com.br/introducao/zoo\\_brasilia.html](http://www.girafamania.com.br/introducao/zoo_brasilia.html)> . Acesso em 05 maio 2009.

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO DISTRITO FEDERAL. <<http://www.setur.df.gov.br>> . Acesso em: 5 maio. 2009.

SOIFER, Jack. **Empreender turismo e ecoturismo**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

SWARBROOKE, John e HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: ADEPH, 2002.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

ZOOLÓGICO DE SÃO PAULO. **Fundação Parque Zoológico de São Paulo**. Disponível em: <<http://www.zoologico.sp.gov.br/>>. Acesso em 15 maio 2009.

ZOOLÓGICO DE CURITIBA. **Parques de Curitiba**. Disponível em: <<http://www.curitiba-parana.net/parques/iguacu.htm>>. Acesso em: 15 maio 2009.

ZOOLÓGICO DE SALVADOR. **Governo da Bahia**. Disponível em: <<http://www.zoo.ba.gov.br/>>. Acesso em: 15 maio 2009.

ZOOLÓGICO DE GOIÂNIA. **Parque Zoológico de Goiânia**. Disponível em: <<http://www.goiania.go.gov.br/html/obras/esportelazer/zoologico/zoologico.htm>>. Acesso em 15 maio 2009.

**APÊNDICE A – ROTEIRO DE QUESTIONÁRIO**

1. Você é turista ou morador em Brasília?

turista

morador

2. Quantas vezes você já visitou o Jardim Zoológico de Brasília?

1ª vez

2ª vez

3 vezes ou mais

3. Você já teve a oportunidade de visitar outros Zoológicos de outras cidades?

sim

não

qual? \_\_\_\_\_

4. Em sua opinião, você acha que o Jardim Zoológico de Brasília possui infraestrutura de apoio adequada para receber os visitantes?

sim

não

5. O que falta no Zoológico de Brasília para aumentar a sua satisfação?

6. Numa escala de 0 a 5, de uma nota para cada um dos itens abaixo:

1 – insatisfeito, 2 – pouco satisfeito, 3 – satisfeito, 4 – muito satisfeito:

Banheiros: 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

Bebedouros: 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

Atrativos: 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

Alimentação: 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

Estacionamento: 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

Sinalização: 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

Informação: 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

Comentar: \_\_\_\_\_

## ANEXOS

### Infra-estrutura atual do Jardim Zoológico de Brasília

#### A - Bebedouros



#### B - Banheiros





**C - Lanchonetes**





**Antigo restaurante**



## D - Mapas do Zoológico



## E – Placas de sinalização e Teatro da Arena





## F - Lixeiras





## H - Estacionamento



## I - Centro de Informações Turísticas – CIT



## J - Áreas de lazer e entretenimento





**K - Museu de Taxidermia**

