XVI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
18 a 20 de setembro de 2019 – Curitiba/PR

Mídias Sociais E Turismo: Interfaces Da Satisfação Com O Engajamento Dos Visitantes Do Festival Brasileiro Da Cerveja, Blumenau, Sc Brasil

Camila Belli Kraus[1]
Fabricia Durieux Zucco[2]

Resumo
Festivais e eventos estão em constante crescimento, dado seu alto impacto nos destinos. As mídias sociais também estão em grande ascensão e têm demonstrado cada vez mais interesse no meio acadêmico. Diante desta perspectiva, este estudo tem como objetivo retratar as dimensões do engajamento que melhor representam a satisfação dos consumidores do Festival Brasileiro da Cerveja, realizado em Blumenau, SC, Brasil. Para tanto, realizou-se um levantamento survey com questionário. A coleta de dados seguiu o método de questionário semi-estruturado, autopreenchivel com perguntas fechadas e uma aberta, aplicado com 497 visitantes que passaram pelos quatro dias do Festival Brasileiro da Cerveja (março de 2018). O instrumento de coleta de dados teve como base teórica os estudos de Moretti, Silva, Pinotti & Zucco (2016), Zailskaite-Jakste & Kuvykaite (2012) e Hollebeek, Juric & Tang (2017). Aos resultados da pesquisa foi aplicado a análise estatística: Regressões Logística. Os resultados demonstraram que as dimensões do engajamento que melhor representam a satisfação dos visitantes são Experiência e Amizade.

Palavras-chave: Satisfação; Engajamento; Festivais; Mídias Sociais; Festival Brasileiro da Cerveja;

[1] Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Lattes: http://lattes.cnpq.br/0030806282841956. kmilabk@gmail.com
[2] Doutora em Administração pela Universidade 9 de Julho – UNINOVE. Professora titular do Programa de Pós-Graduação Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria da UNIVALI e do Departamento de Comunicação da FURB. Lattes: http://lattes.cnpq.br/5395452278117926. fabriciazucco@hotmail.com