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

Hospitalidade e eventos como estratégia competitiva. O Carnaval de Santo Antônio de Lisboa em Florianópolis – SC.

Ádiler Caroline Vilkas[1]
Ana Claudia Guimarães Antunes[2]
Elizabeth Kyoko Wada[3]

Resumo
A hospitalidade pode ser estudada com as mais diversas finalidades. Em relação à competitividade de um destino, ela pode ser inserida em contextos diferentes, como nos momentos de lazer e na organização de eventos, que é uma das ferramentas mais utilizadas pelos destinos para sua alavancagem. Florianópolis, capital de Santa Catarina, Brasil, foi colonizada por portugueses dos Açores, Portugal e é possível notar a busca pela preservação de sua cultura, inclusive por meio de eventos culturais. De forma que a cidade enfrenta anualmente a sazonalidade fora do período de verão e de grandes eventos, os anfitriões como hotéis, pousadas, bares, restaurantes, como a própria Secretaria de Turismo e seus parceiros, se preparam para acolher o turista da melhor forma possível, prezando a hospitalidade e incentivando a volta destes em outras épocas. No caso do Carnaval, esta é uma festa tradicional no Brasil, e nesta pesquisa, se levou em consideração a festividade do bairro de Santo Antônio de Lisboa, que é organizada pela comunidade local junto da Secretaria Municipal de Turismo da cidade, que juntos, buscam meios de alcançar o público. Esta pesquisa buscou responder a questão "De que forma a hospitalidade na organização do Carnaval de Santo Antônio de Lisboa pode influenciar na competitividade de um destino turístico?". Por objetivo estabeleceu-se compreender como as relações de hospitalidade e o Carnaval contribuem com a estratégia competitiva do destino turístico. Os objetivos específicos determinados foram: a) verificar a importância da hospitalidade para os *stakeholders* de um destino; b) identificar os *stakeholders* da organização deste evento; e c) verificar como os *stakeholders* se envolvem para a estratégia competitiva do evento. A pesquisa apresentou-se como um estudo de caso exploratório de abordagem quantitativa. Os resultados evidenciaram a importância da hospitalidade para a estratégia competitiva de um evento. As entrevistas semiestruturadas mostram que as relações de hospitalidade no Carnaval de Florianópolis se iniciam no contágio da comunidade local que se prepara para receber os visitantes da melhor forma possível.

Palavras-chave: Hospitalidade; Competitividade; Eventos; Carnaval.

[1] Doutoranda em Hospitalidade. Docente e Doutoranda Universidade Anhembi Morumbi. http://lattes.cnpq.br/6707856765582682. divilkas@hotmail.com.
[2] Doutoranda em Hospitalidade. Doutoranda Universidade Anhembi Morumbi. http://lattes.cnpq.br/2323197831049888. ana.c.g.antunes@gmail.com.
[3] Pós-doutora em Turismo. Coordenadora dos cursos de Stricto Sensu e do PPG em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. http://lattes.cnpq.br/4904816535433696. ewada@uol.com.br