

Área: Turismo | **Tema:** Temas emergentes em turismo

Engajamento do consumidor com destinos turísticos: adaptação e validação de uma escala

Customer engagement with tourist destinations: adaptation and validation of a scale

Ricardo Saraiva Frio, Maitê Choti Bernd, Lucimari Acosta Pereira e Pablo Flôres Limberger

RESUMO

A relação dos consumidores com as marcas passa por novas perspectivas, a partir do maior uso de mídias sociais. O relação entre clientes e empresas, com base na lógica de serviço dominante, torna-se recíproca, interativa e colaborativa. O engajamento do consumidor representa essa relação do consumidor com marcas. Identifica-se, na literatura, vários modelos para mensuração de engajamento do consumidor, todavia, esses modelos não consideram o papel do engajamento negativo (LEE et al., 2020; ROCHA et al., 2022)

Palavras-Chave: Engajamento do consumidor; lógica de serviço

ABSTRACT

O objetivo geral deste estudo foi contribuir à validade externa da escala de engajamento proposta por Obilo, Chefor e Saleh (2021), a validando em um contexto distinto do original (destinos turísticos) e o valor acadêmico deste estudo se situa sobretudo em acrescentar uma outra ferramenta na análise de engajamento do consumidor com destinos turísticos, com distintas perspectivas e amparada pelo contexto teórico.

Keywords: consumer engagement; service logic