

Motivação e satisfação para viajar de motor home: sentimentos com relação aos encontros

Fabírcia Durieux Zucco¹
Isabela Belli Kraus²
Camila Belli Kraus³
Pablo Flôres Limberger⁴

Os gestores de destinos turísticos estão em uma crescente pressão para compreender os componentes cruciais de experiências turísticas significativas, pois a experiência do turismo para o turista é acompanhada de emoções satisfatórias e prazerosas. Essas experiências emocionais desempenham um papel importante em influenciar os níveis de satisfação e a intenção de recomendar. Deve-se enfatizar que o sistema cognitivo e os estados emocionais desempenham um papel importante na formação da satisfação. **Objetivo:** o presente estudo tem como objetivo geral, analisar a relação entre motivação, sentimento e satisfação em eventos de motor home. **Metodologia:** a metodologia foi realizada por meio de uma pesquisa descritiva de abordagem quantitativa, por intermédio de um levantamento *survey* com questionário semi-estruturado, de preenchimento próprio, com perguntas fechadas, o qual resultou em 158 respostas. O objeto de estudo foi VIII Encontro de motor home de Pomerode (SC). Como técnica de análise foram aplicadas as análises de frequência e porcentagem, análises de médias, modelagem de equações estruturais e testes de confiabilidade. **Resultados:** No que se refere ao perfil dos turistas, tratou-se, em sua maioria, de casais, com idade superior a 51 anos, aposentados, que moram na região Sul, com faixa salarial de 3 a 6 salários mínimos, costumam viajar mais de 10 vezes por ano cerca de 1001 a 2000 quilômetros por viagem. O resultado indicou relações significativas entre motivação com sentimentos e satisfação, relação entre sentimentos e satisfação e relação entre satisfação e sentimentos. **Considerações finais:** Constata-se que as motivações influenciaram em grande parte os níveis de satisfação dos turistas, por sua vez, a satisfação não possui impacto sob as motivações. Em contrapartida, os sentimentos possuíram impacto sobre a satisfação.

Palavras-chave: Motivação; Satisfação; Sentimentos; Motor home.

¹ Doutora em Administração pela Universidade Nove de Julho (Uninove), mestre em Administração pela Universidade Regional de Blumenau (Furb), especialista em Gerenciamento de Marketing pela Furb e graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Furb. Professora da Universidade do Vale do Itajaí (Univali) e da Furb. <http://lattes.cnpq.br/5395452278117926>. E-mail: fabriciazucco@hotmail.com.

² Mestranda em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Regional de Blumenau (Furb). <http://lattes.cnpq.br/6153169786590129>. E-mail: belabelli@gmail.com

³ Mestranda em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Pós-Graduada em Administração e Marketing pelo Centro Universitário Internacional (UNINTER), graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Regional de Blumenau (Furb). <http://lattes.cnpq.br/0030806282841956>. E-mail: kmilabk@gmail.com

⁴ Doutor em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), mestre em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), graduado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Professor da Universidade do Vale do Itajaí (Univali). <http://lattes.cnpq.br/3893934127523780>. E-mail: pflimberger@gmail.com.