



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

Antecedentes da Experiência do Cliente em Parques Temáticos: uma perspectiva com base nas online travel reviews¹

Fabíola Fernandes Silva²

Leilianne Michelle Trindade da Silva Barreto³

Sérgio Marques Júnior⁴

Resumo

Este estudo tem o intuito de analisar as dimensões da experiência do cliente no contexto de parques temáticos. Para tanto, a investigação apresentou caráter descritivo e exploratório, com abordagem mista qualitativa e quantitativa. A pesquisa foi dividida em três etapas: a primeira, que investigou as dimensões que compõem a experiência do cliente em parques temáticos, utilizou uma amostra de 2.023 avaliações individuais dos parques *Magic Kingdom*, *Beto Carrero World*, *Efteling* e *Universal Studios Japan*. A segunda, que avaliou a experiência do cliente no contexto de um parque temático específico, contou com uma amostra de 300 indivíduos que visitaram o parque *Beto Carrero World* e a terceira, que realizou, com os dados obtidos na etapa anterior, uma avaliação em rede da relação entre as dimensões que compõem a experiência do cliente no contexto de um parque temático. A pesquisa foi realizada a partir do conteúdo gerado pelo usuário (CGU) dentro do ciberespaço *Tripadvisor.com*, sendo o método de pesquisa aplicado a Análise de Conteúdo, tendo em seguida parte dos dados obtidos processados por meio do software *NVivo 12 Pro* para o teste de frequência de palavras e o *Ucinet 6 for Windows* versão 6.714 [32-Bit] em conjunto com o software *NetDraw 2.172* para o método de Análise em Redes. Os principais resultados da pesquisa demonstraram que fatores que compõem o ambiente, serviços, interações e percepções individuais interferem de forma significativa a experiência do cliente de parques temáticos. Por meio da avaliação em rede da relação entre as dimensões da experiência do cliente no contexto de um parque temático, detectou-se que a densidade da rede é alta e com o cálculo de centralidade foi possível verificar que as variáveis atrações -

¹ Título pós-defesa: "Dimensões da Experiência do Cliente em Parques Temáticos: uma perspectiva com base nas online travel reviews"

² Doutora em Turismo (UFRN). Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5617247914388186>. E-mail: fabiola_fsd@yahoo.com.br

³ Doutora em Administração (USP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2679486695792235>. E-mail: leiliannebarreto@hotmail.com

⁴ Doutor em Agronomia (UNESP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3095760811566254>. E-mail: sergio@ct.ufrn.br



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

brinquedos e shows - e estrutura do parque tem maior índice de centralidade, intimamente ligados a obtenção da diversão e a construção da satisfação. As variáveis clima, interação com o funcionário, fila, preço, atrações pagas e bebedouros apresentaram um significativo impacto negativo na percepção da experiência do cliente. Ademais, parques temáticos, assim como outros empreendimentos do setor de entretenimento, devem ser resilientes, criativos e responsivos às necessidades de seus consumidores. As reflexões advindas das implicações teóricas e empíricas desse estudo além de fornecerem informações passíveis de serem utilizadas pelos gestores públicos e de parques temáticos podem auxiliar os esforços de recuperação do mercado dos parques temáticos no cenário da pandemia e pós-pandemia da COVID-19.

Palavras-Chave: Experiência do Cliente; Turismo e Hospitalidade; *Online Travel Reviews*; *Tripadvisor*; Parques Temáticos.