



# XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE

“ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL”

## **COCRIAÇÃO DE VALOR NO COMÉRCIO SOCIAL: EFEITO DA TRIPLA MEDIAÇÃO EM COMUNIDADES ONLINE DE VIAGENS**

### **RESUMO**

A partir da teoria do comércio social, o presente estudo visa compreender de que maneira consumidores participam do processo de cocriação de valor de destinos turísticos ao compartilhar informações em comunidades de viagens online. Este fenômeno é observado a partir de um modelo de mediação paralela que possui três mecanismos que atuam conjuntamente: suporte social, relacionamento de qualidade e intenção de cocriação de valor no comércio online social. A partir do uso dos softwares Smart PLS-SEM 3.0, JAMOVI e SPSS/PROCESS, é possível inferir que os resultados obtidos na pesquisa demonstraram que o modelo teórico testado possui bons níveis de ajuste e alto poder de explicação, confirmando a mediação proposta. Isso implica em dizer que as interações sociais, como curtidas, conselhos e recomendações, geradas pelo consumidor e impulsionadas pela tecnologia, por meio do comércio social, podem gerar valor aos destinos turísticos, e que isso ocorre de maneira mais forte por meio de três variáveis explicativas. Teoricamente, contribui para a literatura do turismo ao apresentar um modelo teórico dos antecedentes da cocriação de valor de destinos turísticos em um mercado emergente. Gerencialmente, busca oferecer insights para que gestores de destinos possam acompanhar, monitorar e analisar os antecedentes da cocriação de valor de forma a buscar maximizar esse processo, em especial no cenário pós-pandêmico que o mundo vem enfrentando, causado pelo Covid-19 (SARS-CoV-2). A cocriação de valor pode servir, portanto, como uma estratégia de gerenciamento de destinos, ao guiar gerentes do setor turístico sobre como se posicionar de forma a dar suporte aos usuários e fornecer informações de qualidade, buscando, assim, colaboração com os consumidores nas redes sociais, agregando valor à experiência de forma a buscar aumentar o valor percebido do destino de maneira geral.