



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

Inovação e Tecnologia
em Gastronomia,
Hotelaria e Turismo.



UNIVALI

F 7 7 9 Fórum Científico de Gastronomia, Turismo e Hotelaria (FCGTURH) (5: 2017:

Balneário Camboriú, SC)

Anais do V Fórum Científico de Gastronomia, Turismo e Hotelaria [recurso eletrônico] / Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) – Balneário Camboriú, SC: 2017.

1 CD – ROM; 4¾ pol.

ISSN – 2446 – 7871

Encontro realizado no período de 29 de novembro a 01 de dezembro de 2017 com o tema “Inovação e Tecnologia em Gastronomia, Hotelaria e Turismo”.

1. Turismo. 2. Hotelaria. 3. Gastronomia. 4. Planejamento Turístico. 5. Turismo e Hotelaria – Estudo e Ensino. 6. Gastronomia – Estudo e Ensino.

I. Título. II. Pires, Paulo dos Santos.

CDU. 380.8:641

Comissão Organizadora

Ana Paula Lisboa Sohn	Paulo dos Santos Pires
Emiliana da Silva Campos	Pablo Flores Limberger
Francisco Antonio dos Anjos	Renato Buchele Rodrigues
Josildete Pereira de Oliveira	Sílvia Regina Cabral
Marcos Arnhold Junior	

Equipe de Apoio

Andressa Pereira Sabchuk Ferreira	Nubia Teresinha Marchiori
Athos Henrique Teixeira	Henrique Pezzini Vitorino
Julia Mandel Fernandes	Raisa Silva Homse
Giorgia Toazza de Conto	Juliana Buzzo
Bárbara Jaeger	Felipe Oliveira Silva
Jaison Horn Júnior	Maira de Paula Ribeiro

Equipe operacional

Aline Pacheco Soares	Gabriele Schimitt
Ana Gabriela de Godoi Bittencourt	Gabriely Rodrigues
Angela Akemi Furukawa	Lucas Gabriel Baldino
Camila Jastrombek	Luiza Domingues
Debora Levien Almeida	Maria Carolina Bucco
Débora Polatto Tank	Mirella Pompeu de Almeida
Emerson Ferreira de Franca	Rafaela Figueiredo Pantoja
Evelyn Loise Ravanello	Regis Miguel Porazzi
Felipe de Oliveira Silva	Thais Pereira

Comissão Científica

Carlos Alberto Tomelin, Dr.	Pablo Flôres Limberger, Dr.
Carlos Marcelo Ardigó, Dr.	Paulo dos Santos Pires, Dr. (Presidente)
Diva de Mello Rossini, Dra.	Raquel Maria Fontes do Amaral Pereira, Dra.
Fabília Durieux Zucco, Dra.	Rodolfo Wendhausen Krause, Dr.
Francisco Antonio dos Anjos, Dr.	Sara Joana Gadotti dos Anjos, Dra.
Josildete Pereira de Oliveira, Dra.	
Luciano Torres Tricárico, Dr.	

Comissão de Avaliação dos Artigos

Alvaro Augusto Dealcides Silveira	Josildete Pereira De Oliveira
Moutinho Bahls	Ligia Najdzion
Ana Lúcia Olegário Saraiva	Luana De Sousa Oliveira
Ana Paula Lisboa Sohn	Luciano Torres Tricarico
Anderson Sartori	Luiz Carlos Da Silva Flores
Cáldon Costa Da Conceição	Luiz Daniel Muniz Junqueira
Carlos Marcelo Ardigó	Marcos Arnhold Junior
Cinthia Rolim De Albuquerque	Marcos Rogério Maioli
Meneguel	Pablo Flôres Limberger
Diva De Mello Rossini	Paulo Dos Santos Pires
Felipe Borborema Cunha Lima	Rodolfo Wendhausen Krause
Francisco Barbosa Do Nascimento Filho	Rosana Arruda Cruz
Geovan Martins Guimarães	Rosilene De Fátima Fontana
Giancarlo Moser	Sarah Marroni Minasi
Gilson De Jesus Mota Rodrigues	Silvia Regina Cabral
Guilherme Garcia Velasquez	Thays Cristina Domareski Ruiz
Jéssica Vieira De Souza Meira	Yara Christina Cesario Pereira
José Pessoa Martinz	

Sumário

GRUPO TEMÁTICO – ASPECTOS AMBIENTAIS	7
PANORAMA DA VISITAÇÃO NOS PARQUES NACIONAIS DO BRASIL NO PERÍODO DE 2013 A 2016.....	8
TURISMO VOLUNTÁRIO EM ECOVILAS: DESENVOLVENDO A SUSTENTABILIDADE	9
O USO DO MARKETING SUSTENTÁVEL PARA O TURISMO EM ÁREAS NATURAIS.....	10
GRUPO TEMÁTICO – ASPECTOS SOCIOCULTURAIS EM GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA	11
PATRIMÔNIOS ALIMENTARES E OUTRAS MEMÓRIAS DO BAIRRO SERTÃOZINHO EM BOMBINHAS-SC.....	12
USO DE CERÂMICAS ARTESANAIS EM RESTAURANTES CONTEMPORÂNEOS: ESTUDO DE CASO DO RESTAURANTE TUJU.	13
REDEIRAS: O ARTESANATO A BASE DE RESÍDUOS DA PESCA NA COLÔNIA DE PESCADORES Z3, PELOTAS, RIO GRANDE DO SUL.....	14
O ARQUÉTIPO DO CHEF DE COZINHA	15
CARNES DE CAÇA: DO PERFIL AO CONSUMO BRASILEIRO.....	16
EXPERIÊNCIA EM MUSEUS: UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO DE PESQUISAS RECENTE (2015 A 2017)	17
ECONOMIA COMPARTILHADA: UM ESTUDO SOBRE O AIRBNB.....	18
FORTALECIMENTO DAS SECRETARIAS ESTADUAIS DE TURISMO: A BUSCA PELA INOVAÇÃO E EXCELÊNCIA.....	19
O TURISMO E A COMUNIDADE DA FAVELA DA ROCINHA NO RIO DE JANEIRO/RJ.....	20
A INTERAÇÃO COM O ESPAÇO PÚBLICO NO PROCESSO DE EDUCAÇÃO PATRIMONIAL: UMA ANÁLISE DA DINÂMICA “DANDO GIZ À VOZ”.....	21
GRUPO TEMÁTICO – EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL	22
REFLEXÕES SOBRE TURISMO, MUSEU E EDUCAÇÃO A PARTIR DA PRÁTICA DE ESTÁGIO.....	23
A IMAGEM DE DESTINOS TURÍSTICOS: UMA REVISÃO A LUZ DOS MODELOS DE BALOGLU & MCCLEARY E ECHTNER & RITCHIE	24
EDUCAÇÃO AMBIENTAL NÃO FORMAL NO TURISMO.	25
OS MEIOS DE RESTAURAÇÃO COMO LOCAL DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL NÃO FORMAL.....	26
GASTRONOMIA: CONEXÕES CIENTÍFICAS E MÚLTIPLAS ARTICULAÇÕES DO CONHECIMENTO	27
GRUPO TEMÁTICO – GESTÃO EM GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA	28
A PERCEPÇÃO DOS TURISTAS DE NEGÓCIOS SOBRE A COMUNICAÇÃO DA FENAHABIT E A HOTELARIA DE BLUMENAU/SC	29
A QUALIDADE DA ORGANIZAÇÃO, ESTRUTURA E SERVIÇOS DA 41ª FIMEC, NA PERCEPÇÃO DE SEUS VISITANTES.....	30
MASCOTES COMO ESTRATÉGIA DE <i>BRANDING</i> EM EVENTOS TURÍSTICOS.....	31
ECONOMIA CRIATIVA: PRESSUPOSTOS E DESDOBRAMENTOS PARA ESTUDO NO TURISMO	32
RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE E HOSTILIDADE ENTRE OS <i>STAKEHOLDERS</i> DO SETOR DE VIAGENS E TURISMO: PERSPECTIVAS.....	33
Estudo Exploratório Sobre a Utilização de Motéis por habitantes da Cidade de Pelotas - RS	34

INDICADORES DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS HOTELEIROS PRESTADOS EM FLORIANÓPOLIS SOB A VISÃO DOS HÓSPEDES.....	35
CRIAÇÃO DA PROPOSTA DE VALOR: PESQUISA EM HOTÉIS RESORT DA AMÉRICA LATINA ...	36
OS PARÂMETROS PARA POSICIONAMENTO DE RESTAURANTES DE ALTA GASTRONOMIA NO BRASIL.....	37
ANÁLISE DE COMPETITIVIDADE DO CLUSTER TURÍSTICO DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ (SC/BRASIL).....	38
O ESTILO DE LIDERANÇA PREDOMINANTE NAS EMPRESAS DE A&B.....	39
ORGANIZATIONAL CLIMATE: CASE STUDY IN THE ETDS – ECONOMIC AND TOURISM DEVELOPMENT SECRETARIAT FROM PELOTAS/RS	40
O TURISMO COLABORATIVO COMO FERRAMENTA DE INTERCÂMBIO: ESTUDO DE CASO EM UMA UNIVERSIDADE BRASILEIRA.....	41
A COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS, VISÃO BASEADA EM RECURSOS (VBR) E CAPACIDADES DINÂMICAS: UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO	42
GRUPO TEMÁTICO – INOVAÇÃO, INTERNACIONALIZAÇÃO, ASPECTOS ÉTNICOS-RACIONAIS E EDUCAÇÃO AMBIENTAL EM GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA	43
TRÍPLICE HÉLICE E OS SISTEMAS COMPLEXOS PARA INOVAÇÃO EM DESTINOS TURÍSTICOS	44
A TECNOLOGIA COMO FORMA DE PAGAMENTO DIGITAL: UMA PERSPECTIVA DO IMPACTO DO BITCOIN NO TURISMO.....	45
INOVAÇÃO TECNOLÓGICA COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO NO TURISMO: O USO DO QR CODE.....	46
GRUPO TEMÁTICO – PLANEJAMENTO TURÍSTICO E ESPAÇO URBANO RURAL.....	47
DESENVOLVIMENTO REGIONAL: UMA REFLEXÃO TEÓRICA SOBRE O PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO	48
A IMPLANTAÇÃO DO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL COM ENFOQUE TURÍSTICO A PARTIR DA CULTURA DO ARROZ CACHINHO NO MUNICÍPIO DE SENTINELA DO SUL/RS.....	49
ORLA E ÁREA CENTRAL DE TORRES/RS: SETORIZAÇÃO A PARTIR DOS EFEITOS DO USO TURÍSTICO NO ESPAÇO URBANO	50
A PERCEPÇÃO SOBRE A PARTICIPAÇÃO DOS ATORES PÚBLICOS E PRIVADOS NA GOVERNANÇA TURÍSTICA DA REGIÃO COSTA VERDE & MAR, EM SANTA CATARINA.....	51
A CATEGORIZAÇÃO NAS REGIÕES TURÍSTICAS DE SANTA CATARINA.....	52
PERSPECTIVA DOS GESTORES DAS INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA REGIONAL DE SC: COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS.....	53
ANÁLISE DO CENÁRIO TURÍSTICO DO CHUÍ, RS, BRASIL, ATRAVÉS DO MÉTODO DE ANÁLISE SWOT.....	54
A RELAÇÃO ENTRE A PERCEPÇÃO DOS IMPACTOS DO TURISMO E OS FATORES PESSOAIS: UMA ANÁLISE DO DESTINO TRUJILLO, PERU	55
UMA BREVE REFLEXÃO SOBRE OS PLANOS DE MARKETING DE TURISMO NO BRASIL	56
A IMPORTÂNCIA CULTURAL, HISTÓRICA E ARQUITETÔNICA DO MOINHO COVOLAN PARA A CIDADE DE FARROUPILHA E REGIÃO.....	57
ANÁLISE DO DESEMPENHO DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS NO PERÍODO DE 2013 A 2015.....	58
UM ENSAIO TEÓRICO ACERCA DOS RECURSOS HUMANOS NO TURISMO E HOTELARIA.....	59

GRUPO TEMÁTICO – ASPECTOS AMBIENTAIS

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



PANORAMA DA VISITAÇÃO NOS PARQUES NACIONAIS DO BRASIL NO PERÍODO DE 2013 A 2016

Débora Mikulski

Mestranda em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI

E-mail: deboramikulski@gmail.com

Fernando Luigi

Mestrando em Turismo e Hotelaria, UNIVALI

E-mail: fernandoluigi@gmail.com

Paulo dos Santos Pires

Doutor, Professor e Pesquisador de Graduação e dos Programas de Pós Graduação em Turismo e Hotelaria e UNIVALI

E-mail: pires@univali.br

Sabrina da Rosa

Mestranda em Turismo e Hotelaria, UNIVALI

E-mail: sabrinarosa@edu.univali.br

RESUMO

As Unidades de Conservação, especialmente a categoria Parques Nacionais, têm tomado grande importância dentro do turismo, com o crescimento da demanda por acesso a estes parques, o crescimento pelo ecoturismo, refletindo em maior estruturação destes espaços para a recepção de visitantes. O objetivo deste trabalho é analisar a evolução das visitas nos Parques Nacionais Brasileiros durante o período 2013 e 2016. Para alcançar tal finalidade, realizou-se uma pesquisa qualitativa, com busca bibliográfica e documental. Os resultados identificaram que os Parques Nacionais que mais tiveram visitas foram o Parna da Tijuca, Parna do Iguaçu e Parna de Jericoacoara, os dois primeiros mais antigos e com grande apelo turístico possuem expressiva visita, enquanto o terceiro vem se estruturando e passando a atrair mais turistas. A estruturação destes parques, via concessões públicas, é vista como grande mote para a atratividade dos mesmos bem como a qualidade dos serviços e a conservação ambiental.

Palavras-chave: Unidades de Conservação. Parques Nacionais. Visitas em parques

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



TURISMO VOLUNTÁRIO EM ECOVILAS: DESENVOLVENDO A SUSTENTABILIDADE

Jean Vieira Hentz

Acadêmico do Curso Tecnológico Gestão de Turismo do Instituto Federal Catarinense - Câmpus Avançado Sombrio.

jean.vieira13@hotmail.com

Pedro Lindemayer Câmara Evangelista

Acadêmico do Curso Tecnológico Gestão de Turismo do Instituto Federal Catarinense – Câmpus Avançado Sombrio.

pedrolindemayer.c@gmail.com

RESUMO

Este artigo tem como finalidade, o estudo das ecovilas no âmbito de desenvolvimento sustentável aliado com uma forma mais amena de turismo, o Turismo Voluntário, ou o volunturismo. Como resultado, busca-se apresentar de que maneira a disseminação dos ideais das ecovilas acaba por gerar novos pensamentos em prol da sustentabilidade, resultando na expansão de uma maior educação ambiental. Por fim conclui-se que o turismo voluntário em ecovilas é uma ferramenta chave no conjunto das relações ambientais nos sistemas de turismo, pois seu impacto aponta um enorme potencial para movimentar a indústria em direção à sustentabilidade. A metodologia abordada foi de pesquisa explicativa, tendo como base a pesquisa teórica em artigos nacionais e internacionais.

Palavras-chave: Ecovilas. Turismo Voluntário. Educação Ambiental. Sustentabilidade.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CAPES
CONCEITO 5

APOIO



O USO DO MARKETING SUSTENTÁVEL PARA O TURISMO EM ÁREAS NATURAIS

Glaubia de Souza Santos

Rosiane Mesquita Gomes Ricci

RESUMO

O objetivo deste estudo foi discutir a importância do marketing sustentável como ferramenta que possa fortalecer a competitividade da atividade turística em áreas naturais. Foi realizado por meio de revisão bibliográfica sobre o marketing e turismo sustentável. Neste contexto foi possível identificar a correlação entre os temas abordados, pois os princípios da sustentabilidade prezam pela conservação dos fatores culturais, sociais e ambientais, considerando neste cenário que o marketing sustentável surge como um potencial de integração de ações voltadas para a disseminação dos valores ambientais.

Palavras-chave: Marketing sustentável. Turismo. Sustentabilidade.

**GRUPO TEMÁTICO – ASPECTOS SOCIOCULTURAIS EM
GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

TURISMO E HOTELARIA
★★★★★

GASTRONOMIA
★★★★★

APOIO



PATRIMÔNIOS ALIMENTARES E OUTRAS MEMÓRIAS DO BAIRRO SERTÃOZINHO EM BOMBINHAS-SC

Yolanda Flores e Silva

Doutorado em Filosofia da Saúde (UFSC-Brasil)/ Pós – Doutoramento em Turismo (UALG-Portugal), UNIVALI, yolanda@univali.br

Andreia Maria Pacher

Mestre em Turismo e Hotelaria (UNIVALI-Brasil), UNIVALI, pacher@univali.br

Ivani Stello Farias

Doutoranda de Patrimônio Alimentar: Cultura e Identidade (Univ. de Coimbra-Portugal) / Mestre em Saúde e Gestão do Trabalho (UNIVALI-Brasil) nutricionistaivani@gmail.com

RESUMO

No Brasil, os patrimônios alimentares tornaram-se mais visíveis enquanto expressão cultural quando a arte gastronômica ganhou destaque no país. Considerando este contexto, esta comunicação descreve um recorte de pesquisa em Bombinhas-SC, cujo objetivo foi o de ‘apresentar algumas memórias alimentares da cultura luso-açoriana de Bombinhas’. O percurso metodológico teve abordagem antropológica com trabalho de campo, observação participante e entrevistas formais e informais com pessoas moradoras do bairro Sertãozinho, compreendendo uma amostra de 100 pessoas. Os resultados apontam para o relato de memórias sobre alimentos, encontros e costumes que ocorrem no Museu Comunitário Engenho do Sertão, um espaço em que estas memórias são lembradas e ‘degustadas’ em festividades que tem no beijú, no pirão de peixe e na galinha velha, alguns ícones da culinária cotidiana denominada de luso-açoriana.

Palavras-chave: Cultura Luso-Açoriana. Memórias. Patrimônio Alimentar

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CAPES
CONCEITO 5

APOIO



USO DE CERÂMICAS ARTESANAIS EM RESTAURANTES CONTEMPORÂNEOS: ESTUDO DE CASO DO RESTAURANTE TUJU.

Joanna Martins Fernandes

Cursando Bacharelado em Gastronomia, UNIVALI mfernandes.joanna@gmail.com

Luciana Bernardes

Claudia Poffo

RESUMO

O tema da pesquisa é o conjunto de fatores que levam um chef a escolha de determinadas louças, as tendências gastronômicas, interação com o ceramista e todo o desempenho e avaliação de peças. O objetivo deste estudo é analisar o uso comercial de cerâmicas artesanais no restaurante contemporâneo Tuju no bairro de Vila Madalena em São Paulo, como escopo de um mercado. A pesquisa será realizada, fazendo: análise do uso das cerâmicas dentro do restaurante, pesquisa bibliográfica e entrevista com o chef Ivan Ralston. É uma pesquisa de levantamento, utilizando: A leitura e pesquisa sobre uma breve história da cerâmica utilitária, os tipos de cerâmica, técnicas e nomes conhecidos na área. Entrevista com o chef Ivan Ralston na liderança criativa do restaurante Tuju. Observações práticas obtidas durante um período no restaurante, com uso exclusivo das cerâmicas artesanais.

Palavras-chave: Cerâmica artesanal. Restaurante contemporâneo. Tendência gastronômica.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CAPES
CONCEITO 5

APOIO



REDEIRAS: O ARTESANATO A BASE DE RESÍDUOS DA PESCA NA COLÔNIA DE
PESCADORES Z3, PELOTAS, RIO GRANDE DO SUL

Igor Moraes Rodrigues

Graduando em Turismo, Universidade Federal de Pelotas, igormoraesr2@gmail.com

Luziara Souza da Silva

Graduanda em Turismo, Universidade Federal de Pelotas, luziarasilva@yahoo.com.br

Michel Constantino Figueira

Doutor em Memória Social e Patrimônio Cultural e Professor do Curso de Tecnologia em
Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas, michelhotelariaufpel@hotmail.com

RESUMO

Este trabalho versa sobre a economia alternativa da produção de artesanato a base de resíduos da produção pesqueira profissional artesanal na Colônia de Pescadores Z3, Pelotas/RS, Brasil. Por meio de uma apreciação teórico-crítica pretende-se destacar a importância da economia artesanal para uma comunidade marcada por uma crise histórica da cadeia produtiva pesqueira, tendo no artesanato um incremento de renda, um despertar de potencialidades criativas, a independência financeira e a valorização da identidade cultural local. A partir de uma metodologia baseada em pesquisa teórica associada à investigação de campo com observação direta da realidade analisada, o referido trabalho busca elucidar o processo de evolução da gestão da produção artesanal na Colônia Z3, desvendando as ações, programas e incentivos desse processo e quais os seus resultantes na qualidade de vida e na situação econômica dos indivíduos e grupos de artesãos locais, caracterizando, ainda, os diferentes tipos de produtos artesanais desenvolvidos.

Palavras-chave: Arranjos Produtivos Locais. Artesanato. Cultura.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO

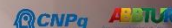


ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CAPES
CONCEITO 5



APOIO



O ARQUÉTIPO DO CHEF DE COZINHA

Bruno Santucci de Oliveira

Mestrando, UNIVALI, bruno-santucci@live.com

Jonei Eger Bauer

Mestrando, UNIVALI, prof.jonei@yahoo.com.br

Paulo dos Santos Pires

Doutor, UNIVALI, pires@univali.br

Ana Paula Lisboa Sohn

Doutora, UNIVALI, anasohn@hotmail.com

RESUMO

Aos olhos do ocidente, um *chef* de cozinha provavelmente evoca a imagem de uma personalidade agressiva, gritando, brigando com o relógio e indo contra o tempo, imaginando maneiras engenhosas de preparar um novo prato. E enquanto esse cenário se repete ao redor do globo, podemos perceber um padrão comportamental, que pode ser visto como um componente cultural. O arquétipo é um conceito comum presente no inconsciente coletivo de uma sociedade. Assim, este artigo tem como objetivo identificar o típico arquétipo do *chef* de cozinha. Quanto à metodologia, este estudo trata-se de um ensaio teórico e uma pesquisa qualitativa e exploratória. Os resultados revelam que este arquétipo é caracterizado por um padrão comportamental envolvido com o estresse e tensão causados pelo trabalho. Filmes e programas de televisão comunicam uma imagem do chef de cozinha, que está presa no inconsciente coletivo da sociedade, como um indivíduo arrogante, agressivo, individualista e rude.

Palavras-chave: Arquétipo. *Chef* de cozinha. Cultura. Liderança.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



CARNES DE CAÇA: DO PERFIL AO CONSUMO BRASILEIRO

Melanie da Cruz Figueira

Graduanda em Bacharel em Gastronomia, UNIVALI, melaniefigueira@hotmail.com

Rosana Arruda Cruz

Mestre em Turismo e Hotelaria, UNIVALI, rosana@univali.br

RESUMO

Objetiva-se com esse trabalho de iniciação científica entender a cultura, consumo e utilização das carnes de caça provenientes da fauna brasileira. A metodologia utilizada é bibliográfica com método de pesquisa qualitativo. É estipulada a relação do homem com a caça, através de uma análise do mercado brasileiro, o uso de carnes de caça na gastronomia e nos menus de restaurantes nacionais. O trabalho mostra uma visão geral sobre a atuação dos fornecedores, a necessidade de abastecimento do sistema de carnes exóticas, o uso e manejo das carnes pelos restaurantes brasileiros e chefs renomados que defendem o uso das mesmas e ajudam a difundir a cultura das carnes de caça. A caça permanece sendo uma prática que carrega muitos estigmas, porém vem sendo desmistificada devido ao avanço cultural e pela ajuda da gastronomia nacional e mundial que dá o devido espaço para as carnes de caça dentro de sistema mercadológico.

Palavras-chave: Caça. Consumo. Gastronomia.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CAPES
CONCEITO 5

APOIO



EXPERIÊNCIA EM MUSEUS: UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO DE PESQUISAS RECENTE (2015 A 2017)

Bruno Andreassi de Faro

Aluno do Mestrado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí –SC;
bruno@brunofaro.com.br

RESUMO

O crescente consumo cultural, evolução tecnológica e busca por lembranças duradouras unem os estudos da experiência memorável ao ambiente dos museus, tão conectados às atividades turísticas. O objetivo deste artigo é submeter à análise por pesquisa bibliométrica, trabalhos relacionados às experiências em museus no período de 2015 a 2017 no Brasil e exterior. Foram examinados 42 artigos de 31 periódicos. A classificação foi desenvolvida a partir de seis diferentes categorias de estudo de interesse a pesquisadores do tema: *edutainment*, tecnologia, gestão/estratégia, herança/patrimônio, ambiente e emoções. Do total de instituições envolvidas nos artigos selecionados, 11,11% delas são brasileiras, sendo responsáveis por 19,04% dos trabalhos. A metodologia mais empregada foi a qualitativa (67%). O presente trabalho demonstra que as novas tecnologias se configuram como forte ponto de interesse no presente e possivelmente para o futuro, inclusive para ampliar o próprio *edutainment*, tanto na ótica dos gestores como na dos visitantes de museus.

Palavras-chave: Experiência. Museu. Turismo de Experiência. Marketing de experiência. Pesquisa Bibliométrica.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5



APOIO



ECONOMIA COMPARTILHADA: UM ESTUDO SOBRE O AIRBNB

Bruno Santucci de Oliveira

Mestrando, UNIVALI, bruno-santucci@live.com

Ana Paula Lisboa Sohn

Doutora, UNIVALI, anasohn@hotmail.com

Jonei Eger Bauer

Mestrando, UNIVALI, prof.jonei@yahoo.com.br

Carlos Alberto Tomelin

Doutor, UNIVALI, tomelin@univali.br

RESUMO

A partir dos anos 1990 a economia compartilhada deu início a transformação de vários aspectos do atual sistema socioeconômico. Neste contexto, emergem novos modelos organizacionais alinhados a um ambiente competitivo que valoriza a cooperação por meio do trabalho em rede. A partir do aproveitamento das oportunidades da economia compartilhada a indústria do turismo tem se transformado. O objetivo da pesquisa é compreender a emergência de novos modelos de negócios que atuam no ramo da hospitalidade e são baseados nas oportunidades da economia compartilhada por meio do estudo de caso da empresa Airbnb. Para tanto foi realizada uma pesquisa bibliográfica em artigos científicos, relatórios de organizações internacionais e em dados disponíveis no site da empresa. Como resultado observa-se um rápido crescimento do Airbnb. Considera-se que o caso da empresa Airbnb apresenta ao turismo e hotelaria um novo modelo de negócios baseado na construção de uma rede digital de oportunidades de hospedagem.

Palavras-chave: Economia compartilhada. Hotelaria. Airbnb.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



FORTALECIMENTO DAS SECRETARIAS ESTADUAIS DE TURISMO: A BUSCA PELA INOVAÇÃO E EXCELÊNCIA

Ana Paula Lisboa Sohn

Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina

anasohn@univali.br

Marina Araújo Teixeira Rios

Graduanda em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí e bolsista do projeto
PROBIC

marinaa_rios@hotmail.com

RESUMO

Diante do novo paradigma imposto pelo surgimento de uma economia baseada no conhecimento e organizada em rede, o turismo tem uma importância estratégica na economia brasileira. Esta pesquisa tem como objetivo apresentar algumas reflexões sobre um novo direcionamento estratégico para a gestão das Secretarias Estaduais de Turismo no Brasil. Para tanto foram levantados dados na literatura recente sobre novos modelos de gestão pública relacionados com a indústria do turismo, exemplos de iniciativas de sucesso implementadas em outros países, e informações em relatórios de importantes organismos internacionais. Os resultados indicam que se partindo do pressuposto de que a inovação em rede gera excelência e que esta promove experiências inesquecíveis que vão gerar ganhos em competitividade. Será necessária a criação de um sistema de informações que colete dados sobre os diferentes estágios do consumo dos produtos turísticos iniciando pela busca de informações, passando pela decisão de compra, consumo e avaliação pós-compra.

Palavras-chave: Turismo. Governo. Inovação.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



O TURISMO E A COMUNIDADE DA FAVELA DA ROCINHA NO RIO DE JANEIRO/RJ

Bethânia Feller da Silva

Graduação em Turismo, Universidade Feevale, bethania.feller@gmail.com

RESUMO:

Este estudo tem como objetivo investigar a percepção do morador da comunidade em relação à prática do Turismo na Favela da Rocinha, no Rio de Janeiro/ RJ. Como objetivos específicos busca descrever o histórico da cidade do Rio de Janeiro; conceituar o Turismo em Favela; caracterizar a prática de turismo em favela realizada por agências nas Rocinha; verificar junto aos moradores que não estão diretamente relacionados ao Turismo a sua percepção quanto à prática do Turismo na comunidade. Quanto à metodologia, o estudo se classifica como pesquisa exploratória e descritiva de abordagem qualitativa e os procedimentos técnicos são a pesquisa bibliográfica, documental e de campo. A pesquisa de campo foi realizada com moradores da Rocinha. Diante disso, verificou-se que a maioria dos moradores entrevistados não se incomodam com as visitas na favela.

Palavras-chave: Turismo em Favela. Rocinha. Rio de Janeiro. Tours. Moradores. Comunidade.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



A INTERAÇÃO COM O ESPAÇO PÚBLICO NO PROCESSO DE EDUCAÇÃO PATRIMONIAL:
UMA ANÁLISE DA DINÂMICA “DANDO GIZ À VOZ”

Leopoldine Radtke Bergmann

Acadêmica do Curso de Bacharelado em Turismo, Universidade Federal de Pelotas,
leopoldineradtke@hotmail.com

Éverton Felipe Kaizer

Acadêmico do Curso de Bacharelado em Turismo, Universidade Federal de Pelotas,
efkaizer@hotmail.com

Ketrin Cristina Gabriel

Acadêmica do Curso de Bacharelado em Turismo, Universidade Federal de Pelotas,
ketringabriel@gmail.com

Dalila Rosa Hallal

Doutora em História, Universidade Federal de Pelotas, dalilahallal@gmail.com

Dalila Müller

Doutora em História, Universidade Federal de Pelotas, dalilam2011@gmail.com

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar a dinâmica “Dando Giz à Voz”, realizada durante a atuação do projeto de extensão e cultura “Visitas Pedagógicas” do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), no processo de educação patrimonial. O trabalho é qualitativo, cuja metodologia consistiu em uma pesquisa bibliográfica acerca dos temas que se relacionam a esta interação com o espaço público. Através dos resultados, foi possível concluir que a percepção da dinâmica está muito mais atrelada à interpretação de quem vê a prática, e também que a atividade abrange tanto emissores quanto receptores das mensagens, ao gerar repercussões nas crianças e nos frequentadores do lugar em que a mesma é desenvolvida.

Palavras-chave: Interação. Patrimônio. Turismo. Visitas Pedagógicas. Centro Histórico de Pelotas.

GRUPO TEMÁTICO – EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO
UNIVALI

TURISMO E HOTELARIA

ORGANIZAÇÃO
Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CAPES
CONCEITO 5

GASTRONOMIA

APOIO

CNPq ABETUR

REFLEXÕES SOBRE TURISMO, MUSEU E EDUCAÇÃO A PARTIR DA PRÁTICA DE ESTÁGIO

Lucimari Acosta Pereira

Mestranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí e Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande- FURG, Universidade do Vale do Itajaí- Univali, lucimari.svp@gmail.com

Letícia Indart Franzen

Doutoranda em Turismo e Hospitalidade no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade (PPGTURH), Docente no Curso de Turismo, Hotelaria e Eventos, Universidade Federal do Rio Grande- FURG, leticiaifranzen@gmail.com

RESUMO

O meio ambiente e a cultura são elementos importantes para o turismo, que podem desenvolver e alavancar a economia, gerando empregos e remanejando divisas por meio da atração de fluxos de visitantes. O Museu Tancredo Fernandes de Melo (situado na cidade de Santa Vitória do Palmar/RS) tem como base a disseminação de conhecimento ligado à cultura e ao meio ambiente. Assim, este trabalho tem por finalidade fazer uma reflexão das experiências do estágio curricular do curso de bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande – FURG. Foi utilizado o método de observação participante para construção dessa reflexão e, para as incursões exploratórias, foi utilizada a revisão bibliográfica. Como resultados, percebeu-se que as escolas têm uma atenção especial, pois grupos de estudantes de várias escolas dos Municípios de Santa Vitória do Palmar e de Chuí são recebidos pelo museu, evidenciando a relação da educação, o meio ambiente e o turismo.

Palavras-chave: Turismo. Museu. Estágio.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

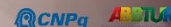
REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



A IMAGEM DE DESTINOS TURÍSTICOS: UMA REVISÃO A LUZ DOS MODELOS DE BALOGLU
& MCCLEARY E ECHTNER & RITCHIE

Ana Karollina Espíndula

Aluna do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal
Catarinense – Campus Avançado Sombrio, anaespindula@hotmail.com

Thamires Foletto Fiuza

Mestra em Hotelaria e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí,
thamires.fiuza@sombrio.ifc.edu.br

RESUMO

O presente resumo expandido tem por objetivo principal revisar os constructos teóricos da imagem de destinos turísticos utilizando a visão do conjunto de autores estrangeiros Baloglu & McCleary e Echtner & Ritchie. Através de uma pesquisa de caráter exploratório e de abordagem qualitativa, o presente estudo buscou contribuir para o cobrimento de uma lacuna existente nos estudos teóricos nacionais acerca da temática e ainda para a difusão da mesma dentro da academia. Os procedimentos técnicos utilizados na pesquisa foram caracterizados como bibliográficos e documentais, sendo utilizados os modelos dimensionais e tridimensionais dos autores citados para análise do constructo teórico da imagem de destinos. Os resultados dessa pesquisa apontam as semelhanças e as diferenças desses modelos, assim como as vantagens e as desvantagens de cada.

Palavras-chave: Imagem. Destinos Turísticos. Constructo Teórico.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

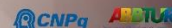
REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



EDUCAÇÃO AMBIENTAL NÃO FORMAL NO TURISMO.

Carlos Henrique Cardona Nery

Graduado em Hotelaria, Especialização e Mestrado em Turismo pela UCS. FURG - Campus de Santa Vitória do Palmar. carloscardona@furg.br.

Jean Guilherme Florentino Corrales

Acadêmico do Curso de Bacharelado em Hotelaria pela Universidade Federal do Rio Grande – FURG, chiefinspectorclouseau@gmail.com

RESUMO

O turismo e a questão ambiental e as suas variáveis são temas preocupantes e merecedores de maior atenção, a degradação ambiental através do desenvolvimento da atividade turística nas últimas décadas é preocupante. Baseando-se em diversas posições doutrinárias, bem como na legislação existente no país, e assim objetivando, principalmente analisar formas de encontrar o equilíbrio entre os interesses econômicos propiciados pelo turismo e a preservação do meio ambiente. Como ferramenta de apoio em sua origem entra a educação, especificamente a educação ambiental não formal, que possui uma maior amplitude, por ser um mecanismo de divulgação para qualquer faixa etária, classe social, sem a formalidade de uma sala de aula com presença e sistemas de avaliações, além de que qualquer pessoa pode ser um educador ambiental.

Palavras-chave: Turismo. Educação ambiental. Educação não formal.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5



APOIO



OS MEIOS DE RESTAURAÇÃO COMO LOCAL DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL NÃO FORMAL

Carlos Henrique Cardona Nery

Graduado em Hotelaria, Especialização e Mestrado em Turismo pela UCS. Docente da FURG -
Campus de Santa Vitória do Palmar. carloscardona@furg.br.

Enilda Maria Fangueiro Pereira

Acadêmica do Curso de Bacharelado em Hotelaria pela Universidade Federal do Rio Grande –
FURG, enildamfpereira@hotmail.com

RESUMO

O presente trabalho pretende de forma objetiva, transitar pelos temas da sustentabilidade, educação ambiental não formal, por tratar-se de um processo universal de aprendizagem e que possui a flexibilidade de ser outros locais que não seja a sala de aula e que tenha um caráter universal que abranja qualquer faixa etária e classe social. Assim sendo, a cozinha ou todo o estabelecimento de restauração passa a ser um local que tenha uma gestão ambiental séria e comprometida com o meio ambiente e que seja tanto para os funcionários como para os comensais, através da adoção de medidas simples e sem grandes investimentos. Muitos investimentos e ações, além de reduzirem gastos na receita do estabelecimento, somam ações que valorizam e agregam no valor da marca do estabelecimento.

Palavras-chave: Gastronomia. Sustentabilidade. Educação ambiental não formal.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

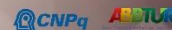
REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



GASTRONOMIA: CONEXÕES CIENTÍFICAS E MÚLTIPLAS ARTICULAÇÕES DO CONHECIMENTO

Janaina Domingues

Mestre em Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí (Univali).
janaina@univali. Br

RESUMO

Os conhecimentos já sistematizados pelas ciências, alguns em especial, subsidiam novas interpretações sobre o alcance teórico da gastronomia. De natureza interdisciplinar, a gastronomia dialoga com as ciências humanas (geografia e história), as ciências sociais aplicadas (administração, antropologia e sociologia), as ciências exatas e da terra (física e química) e as ciências da saúde (nutrição), evidenciando importante interlocução com a área do turismo, especialmente porque ambas se encontram no âmbito da hospitalidade e do lazer. O contexto sociocultural contemporâneo aproxima esses dois campos, destacando a gastronomia como produto turístico, patrimônio cultural e tema presente nos debates sobre hospitalidade, cultura e sociedade. Este artigo — produzido a partir de pesquisa exploratória (bibliográfica) com abordagem qualitativa — insere-se no universo da gastronomia e do turismo e busca suscitar a percepção de arranjos teóricos relevantes para o reconhecimento e institucionalização da gastronomia como lócus de conhecimento científico.

Palavras-chave: Gastronomia. Turismo. Conhecimento científico.

**GRUPO TEMÁTICO – GESTÃO EM GASTRONOMIA, TURISMO E
HOTELARIA**

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



A PERCEPÇÃO DOS TURISTAS DE NEGÓCIOS SOBRE A COMUNICAÇÃO DA FENAHABIT E A HOTELARIA DE BLUMENAU/SC

Camila Belli Kraus

Mestranda em Turismo e Hotelaria
Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI
kmilabk@gmail.com

Isabela Belli Kraus

Mestranda em Turismo e Hotelaria
Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI
belabelli@gmail.com

Kathleen Brandt Silveira

Mestranda em Turismo e Hotelaria
Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI
kathleenbs@hotmail.com

Sara Joana Gadotti dos Anjos

Doutora em Engenharia de Produção/Gestão de Negócios
Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI
sara@univali.br

RESUMO:

O turismo de negócios tem potencial para o desenvolvimento local e regional de um destino, por isso a importância de proporcionar um excelente serviço aos visitantes, levando em consideração as estratégias de comunicação que devem ser projetadas para ajudar o destino. Nesta temática, o artigo tem como objetivo analisar a percepção dos turistas de negócios sobre a comunicação da FENAHABIT e a hotelaria de Blumenau/SC. A metodologia aplicada foi de abordagem quantitativa. A realização da pesquisa ocorreu durante a feira, na qual, foram aplicados 31 questionários diretamente com os gestores de negócios. Os resultados obtidos apontam alguns fatores relevantes em relação a comunicação realizada pela feira em comparação com a percepção dos gestores de negócios, caracterizados pelo envolvimento, segurança e interação durante o evento.

Palavras-Chave: Turismo de negócios. Comunicação. Hotelaria. Fenahabit.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



A QUALIDADE DA ORGANIZAÇÃO, ESTRUTURA E SERVIÇOS DA 41ª FIMEC, NA
PERCEPÇÃO DE SEUS VISITANTES

Sinval Pereira Júnior

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal
Catarinense – *Campus* Avançado Sombrio, sinvaljunior@gmail.com

Leila Maria Vasquez Beltrão

Professora de Ensino Básico, Técnico e Tecnológico e Doutora em Geografia, Instituto Federal
Catarinense – *Campus* Avançado Sombrio, leila.beltrao@ifc.edu.br

Carolina Braghirolli Stoll

Professora de Ensino Básico, Técnico e Tecnológico e Doutoranda em Políticas Públicas,
Instituto Federal Catarinense – *Campus* Avançado Sombrio, carolina.stoll@ifc.edu.br

RESUMO

Novo Hamburgo/RS é o principal *cluster* do setor coureiro-calçadista do Brasil e sedia a segunda maior feira de calçados do mundo: a FIMEC (Feira Internacional de Couros, Produtos Químicos, Componentes, Máquinas e Equipamentos para Calçados e Curtumes). O evento atrai milhares de visitantes, com forte movimento na cadeia de serviços e infraestrutura turística. O presente artigo apresenta os resultados de pesquisa que avaliou a qualidade da 41ª FIMEC/2017, a partir da percepção dos visitantes. Para tal foram aplicados 106 questionários onde avaliou-se a qualidade das instalações e serviços da Feira a partir de uma escala de cinco níveis. Na avaliação geral, o grau de satisfação dos visitantes foi elevado, já que 91,4% dos entrevistados consideraram o evento excelente ou muito bom. Contudo, alguns itens demandam melhorias, como os serviços de comunicação/telefonia e sanitários. Com os resultados, busca-se fornecer subsídios para o aperfeiçoamento das edições subsequentes do evento.

Palavras-chave: Turismo de Negócios e Eventos. Feiras. FIMEC. Novo Hamburgo/RS .

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



MASCOTES COMO ESTRATEGIA DE *BRANDING* EM EVENTOS TURÍSTICOS.

Cristiane Berselli

Mestranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade Vale do Itajaí (UNIVALI),
cristiane.berselli@gmail.com

Fabricia Durieux Zucco

Doutora em Administração pela Universidade Nove de Julho (Uninove), professora da
Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) e da Universidade Regional de Blumenau (FURB)
fabrizazucco@hotmail.com

Luis Carlos da Silva Flores

Pós-doutor na área do Turismo pela Universidade do Algarve (Portugal), professor da
Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), luis.flores@univali.br

RESUMO

No cenário competitivo dos destinos turísticos, atrativos turísticos diferenciadores como os eventos tem a capacidade de projetar, reforçar a imagem e despertar o interesse sobre um destino na mente dos visitantes. Dentre as estratégias de marketing, a criação de um personagem pode vir a ser um elemento de marca importante na projeção de um evento turístico para potenciais turistas. Este estudo, em forma de ensaio teórico, discute os conceitos de identidade de marca, personagens como recurso de marca e personificação de marca de um evento turístico, para trazer luz a escassa discussão sobre este recurso de marca com fins estratégicos na área do turismo, uma vez que o personagem pode traduzir a identidade do destino e do evento, ao mesmo tempo que pode ser utilizado em diferentes ações de marketing. Estudos futuros poderão ser realizados para investigar como os mascotes estão sendo utilizados no turismo.

Palavras-chave: Marca. Mascote. Personagem.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CAPES
CONCEITO 5

APOIO



ECONOMIA CRIATIVA: PRESSUPOSTOS E DESDOBRAMENTOS PARA ESTUDO NO TURISMO

Renato Buchele Rodrigues, Msc.

renatobr@univali.br

Ana Paula Lisboa Sohn, Dra.

Sara Joana Gadotti dos Anjos, Dra.

Carlos Alberto Tomelin, Dr.

Resumo:

Diante da mudança de uma economia fundamentada no uso intensivo de capital e trabalho e, orientada para a produção em massa, para uma economia na qual o capital tem base intelectual e o conhecimento é reconhecido como principal fonte de geração de riquezas, emergem estudos sobre a economia criativa para o Turismo. Neste sentido o presente trabalho traz uma reflexão sobre a conceituação, os desdobramentos e a importância da economia criativa. A partir de um levantamento teórico sobre o surgimento de um novo paradigma baseado em conhecimento, percebe-se a relevância desta economia criativa em estudos sobre estas temáticas frente a um mundo em acelerado processo de transformação.

Palavras-chave: economia do conhecimento, economia criativa, indústria criativa.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5



APOIO



RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE E HOSTILIDADE ENTRE OS *STAKEHOLDERS* DO SETOR DE VIAGENS E TURISMO: PERSPECTIVAS.

Aristides Faria Lopes dos Santos

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (Câmpus Cubatão)
(aristidesfaria@ifsp.edu.br)

Elizabeth Kyoko Wada

Docente e Pesquisadora do Programa de Pós-graduação da Universidade Anhembi Morumbi
(ekwada@anhembibr)

RESUMO

Este trabalho apresenta um panorama sobre estudo acerca das relações de hospitalidade e hostilidade entre os *stakeholders* do setor de viagens e turismo que se encontra em pleno andamento no âmbito do Programa de Pós-graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi (2016-2019). O objetivo da pesquisa foi discutir perspectivas de estudos sobre os fatores que exercem influência sobre a competitividade para destinos turísticos nacionais. Desenvolveu-se pesquisa bibliográfica enquanto técnica de coleta de dados. A pesquisa caracteriza-se como descritiva, cuja abordagem do tratamento dos dados é qualitativa. Foi possível verificar que há espaço para a implementação de estudos quantitativos e ao desenvolvimento de modelos para aferição dos fatores que influenciam a competitividade de destinos turísticos no contexto brasileiro, ambas as prerrogativas do referido estudo em curso.

Palavras-chave: Hospitalidade. Hostilidade. *Stakeholders*. Competitividade. Turismo.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



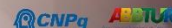
ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

TURISMO E HOTELARIA

GASTRONOMIA

APOIO



Estudo Exploratório Sobre a Utilização de Motéis por habitantes da Cidade de Pelotas -
RS

Rosana dos Santos Rodrigues

Técnicóloga em hotelaria pela Universidade Federal de Pelotas. Rosanasr.rodrigues@gmail.com

Pedro Mascarenhas de Souza Pinheiro

Mestre em Turismo e Hotelaria. Professor do curso de hotelaria da Universidade Federal de Pelotas. pedrohotelaria@hotmail.com

Luiza Gastaud Yurgel

Bacharel em Hotelaria pela Castelli Escola Superior de Hotelaria. Especialista em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas

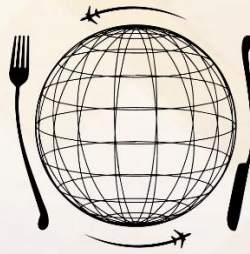
lyurgel@hotmail.com

RESUMO:

O trabalho busca observar a formação e fatores de escolha de motéis em Pelotas, a partir de um formulário eletrônico, publicado em redes sociais. O público da moteleria pelotense tem, em sua maioria, entre 21 e 40 anos, mora nos bairros centro e três vendas e tem como principal critério de escolha a limpeza do lugar do valor pela estadia. Conclui-se também que os motéis estão sendo utilizados principalmente para relacionamentos, sendo que seus clientes buscam os estabelecimentos com melhor qualidade de serviços prestados, priorizando a higiene local e não apenas os custos de utilização.

Palavras-chave: Motéis. Pelotas. Perfil dos usuários.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CAPES
CONCEITO 5

APOIO



INDICADORES DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS HOTELEIROS PRESTADOS EM FLORIANÓPOLIS SOB A VISÃO DOS HÓSPEDES.

Tânia Regina Egert Petry

Mestre em Turismo e Hotelaria, UNIVALI, taniaegert@gmail.com

Ícaro Argenta Malheiros

Graduando do Curso Superior em Tecnologia de Hotelaria, IFSC, icaroargenta@gmail.com

Maria Aparecida Gonçalves

Graduando do Curso Superior em Tecnologia de Hotelaria, IFSC, gomaria15@gmail.com

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo principal analisar os indicadores da qualidade dos serviços prestados pelos hotéis de Florianópolis por meio do site Booking.com (Booking online, 2017) e a partir dos resultados encontrados comparar as notas das cidades de Florianópolis e de Balneário Camboriú (Bordignon, Araujo, Meira & Anjos, 2016). A coleta de dados ocorreu no mês de junho de 2017, com análise de 81 hotéis de Florianópolis. Como resultado da pesquisa pôde-se verificar que os indicadores de qualidade dos hotéis de Florianópolis têm uma média razoável, com exceção da localização que conta com uma nota acima da média. Por outro lado, o serviço de *internet wi-fi* mostrou-se insuficiente para os hóspedes, o que representa um grande desafio, visto o uso significativo de dispositivos móveis nas viagens. Ao comparar os indicadores dos hotéis de Balneário Camboriú e de Florianópolis tem-se que a média geral de Florianópolis se mostra relativamente superior.

Palavras-chave: Indicadores da qualidade dos serviços. Hotelaria. Florianópolis.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



CRIAÇÃO DA PROPOSTA DE VALOR: PESQUISA EM HOTÉIS RESORT DA AMÉRICA LATINA

Eduardo Pacheco Trescastro

Mestrando do curso de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria, UNIVALI,
eduardo.trescastro@gmail.com

Bruni Andreassi Faro

Mestrando do curso de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria, UNIVALI,
bruno@brunofaro.com.br

Dr. Sara Joana Gadotti dos Anjos

Pós doutora em Gestão da Qualidade em Destinos Turísticos, UNIVALI, sara@univali.br

Dr. Pablo Flores Limberger

Doutor em Turismo e Hotelaria, instituição do autor e pablofl@univali.br

RESUMO

A proposta de valor se fundamenta no conceito de criação de valor sendo usado por empresas para destacar-se em relação à concorrência oferecendo valor superior aos seus clientes. As estratégias de proposta e criação de valor possuem papéis importantes no crescimento do valor a longo prazo. Esta proposta aumentará os níveis de satisfação, lealdade, boca a boca positivo espontâneo e revisita. Este estudo de caráter exploratório quantitativo, como questão principal este trabalho baseia-se em descrever a proposta de valor oferecida pelos Hotéis Resort da América Latina. Foi realizado um questionário com gestores dos hotéis resort composto de seis constructos e dezoito fatores em escala. Para a confirmação dos dados foi utilizado a análise de variância por ANOVA e teste post hoc (HSD) Tukey. A amostra foi de 152 hotéis resort, maioria Brasileiro e de categoria cinco estrelas. Com isso conclui-se os resultados colocando os hotéis resort de categorias não *all inclusive* e mista como os mais preocupados em colocar os fatores estudados em sua criação de proposta de valor.

Palavras-chave: Proposta de valor. Criação de valor. Satisfação. Resort. América Latina.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

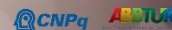
REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CAPES
CONCEITO 5

APOIO



OS PARÂMETROS PARA POSICIONAMENTO DE RESTAURANTES DE ALTA GASTRONOMIA NO BRASIL

Francisco Barbosa do Nascimento Filho
Turismo, UNESP, francisco@rosana.unesp.br

Luiz Carlos da Silva Flores
Engenharia de Produção, UNIVALI, luiz.flores@univali.br

Pablo Flôres Limberger
Turismo, UNIVALI, pablofl@univali.br

Fábio Luciano Violin
Administração de Empresas, UNESP, violin@rosana.unesp.br

Vagner Sérgio Custódio
Educação Física, UNESP, vagner@rosana.unesp.br

RESUMO

Dentro de uma visão mercadológica e de gestão de empreendimentos de restauração, este projeto de pesquisa possui como propósito realizar um estudo dos processos de posicionamento dos restaurantes do Brasil classificados (estrelados) no Guia Michelin 2016 que é um guia especializado em restaurantes de alta gastronomia, presente em vinte e oito países e quatro continentes, classificando os restaurantes entre uma estrela (bom), duas estrelas (ótimo) e três estrelas (excelente). A pesquisa tem como objetivo investigar a forma como os restaurantes se utilizam do conceito de posicionamento no mercado da alta gastronomia. Para tanto, a pesquisa será qualitativa e quantitativa, exploratória e descritiva, com análise de conteúdo, com auxílio do software Iramuteq e a utilização da técnica de entrevista semiestruturada in loco.

Palavras-chave: Restaurantes. Posicionamento. Gastronomia. Guia Michelin.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



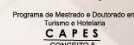
VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



ANÁLISE DE COMPETITIVIDADE DO CLUSTER TURÍSTICO DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ (SC/BRASIL)

Adilene Alvares Mattia

UNIVALI, Doutora em Desenvolvimento regional-UNISC amattia@univali.br

Bruna Medeiros Pinheiro

Graduanda em Gastronomia-UNIVALI , bubameds@hotmail.com

Alice Silva Mota

Graduanda em Gastronomia-UNIVALI , alicesilvam@hotmail.com

RESUMO:

Três elementos do desenvolvimento local se destacam a partir do turismo: a sociedade, o ambiente e a economia, que são integrados e se reforçam mutuamente, em contexto em que a diversidade social e cultural e a diferenciação produtiva devem ser utilizadas como recursos potenciadores de transformações e de desenvolvimento local. A região Costa Verde e Mar (SC/Brasil) transformou-se em um dos mais importantes destinos ao litoral catarinense, sendo o principal destino turístico da região o município de Balneário Camboriú. O objetivo é analisar o desenvolvimento territorial de Balneário Camboriú por meio de sua competitividade, vinculando os conceitos de território, de recursos territoriais e competitividade, por meio do modelo proposto por Zacarelli (2008), o qual apresenta onze fundamentos de competitividade de clusters. A pesquisa classifica-se como qualitativa exploratória, cujos dados serão levantados através de fontes primárias e secundárias. O objeto de estudo selecionado para aplicação empírica das métricas será o Balneário Camboriú.

PALAVRAS-CHAVE: *Cluster* Turístico. Competitividade. Balneário Camboriú (SC/BR).

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

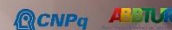
REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



O ESTILO DE LIDERANÇA PREDOMINANTE NAS EMPRESAS DE A&B.

Gabriela Zanoello Ardigó

Graduanda Gastronomia, UNIVALI, gabrielazanoello@hotmail.com

Marcos Arnhold Junior

Mestre em Turismo, UNIVALI, marcosjunior@univali.br

Bruno Santucci de Oliveira

Mestrando em Turismo e Hotelaria, UNIVALI, bruno-santucci@live.com

Adilene Alvares Mattia

Doutora Desenvolvimento Regional, UNIVALI, amattia@univali.br

Resumo:

O tema liderança está cada vez sendo mais disseminado devido a sua grande importância para todo tipo de organização humana, pois está inteiramente relacionada a impulsionar profissionais a realizarem tarefas objetivadas para o sucesso de entidades que buscam muitas vezes a excelência no que faz. O trabalho na cozinha exige trabalho em equipe e sincronia, e o papel do líder é fundamental para guiar os funcionários e direcionar a empresa para o sucesso. Em termos metodológicos, esta pesquisa possui caráter exploratório-descritivo cujos dados foram levantados em restaurantes localizados no município de Itajaí-SC. A pesquisa se desenvolveu de maneira a responder a seguinte questão, qual é o estilo predominante de liderança nos estabelecimentos de A&B? Sendo que, 18 *chefs* participaram da pesquisa e responderam ao questionário, o que permitiu identificar que o estilo de liderança predominante (83%), é a liderança autocrática.

PALAVRAS-CHAVE: Liderança. Desenvolvimento. Funcionários. *Chef*.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

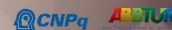
REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



ORGANIZATIONAL CLIMATE: CASE STUDY IN THE ETDS – ECONOMIC AND TOURISM
DEVELOPMENT SECRETARIAT FROM PELOTAS/RS

Igor Moraes Rodrigues

Tourist student, Federal University of Pelotas, igormoraes2@gmail.com

Jéssica Viana Peres

Tourist student, Federal University of Pelotas, jessicavperes7@gmail.com

Fernanda Ribeiro Lopes

Tourist student, Federal University of Pelotas, nanda_rlopes@hotmail.com

Luziara Souza da Silva

Tourist student, Federal University of Pelotas, luziarasilva@yahoo.com.br

Gleberson de Santana dos Santos

Master of Business Administration, Federal University of Pelotas,
glebersonsantana@hotmail.com

ABSTRACT

The organizational climate is the indicator of the satisfaction degree of the members of a company, in relation to different aspects of the culture or apparent reality of the organization (Coda, 1993). Thus, the present study has as general objective to analyze the organizational climate in the ETDS - Economic and Tourism Development Secretariat from Pelotas/RS. For this, a descriptive research with qualitative approach was used. As a data collection instrument, we use a questionnaire adapted by Bispo (2006) was used. The collect of datas occurred in March 2017. The study found that employees understand their role in the institution, are proud to work in it and still care about the future of the company. However, despite the positive aspects mentioned, the participants of this study do not consider the head of the organization as a leader and most reported not having medical, dental and social assistance, negatively influencing the well-being and quality of life of employees.

Keywords: Organizational Climate. People Management. Tourism Secretary.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



O TURISMO COLABORATIVO COMO FERRAMENTA DE INTERCÂMBIO: ESTUDO DE CASO
EM UMA UNIVERSIDADE BRASILEIRA

Roberta Ferreira Engelbrecht

Tecnóloga em Hotelaria pela Universidade Federal de Pelotas. robertaengelbrecht@gmail.com

Pedro Mascarenhas de Souza Pinheiro

Mestre em Turismo e Hotelaria. Professor do curso de hotelaria da Universidade Federal de Pelotas. pedrohotelaria@hotmail.com

Luiza Gastaud Yurgel

Bacharel em Hotelaria pela Castelli Escola Superior de Hotelaria. Especialista em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas. lyurgel@hotmail.com

RESUMO

Este trabalho buscou analisar o que pensam os alunos da UFPel sobre o turismo colaborativo como ferramenta de intercâmbio, através da trajetória metodológica de um estudo de caso de caráter descritivo e exploratório, quali-quantitativo, utilizando como instrumento de pesquisa a aplicação de um questionário, com um total de 113 respondentes. O objetivo foi investigar o que sabem, as opiniões e os anseios dos alunos da UFPel, frente as plataformas “work exchange” e a temática do intercâmbio. A partir da análise dos dados obtidos nota-se que a maioria nunca realizou intercâmbio, porém observou-se o desejo de vivenciar esta experiência. Os dados obtidos indicaram que 90% não tem conhecimento sobre nenhuma plataforma que promova o “work exchange”. Conclui-se que é necessária uma maior divulgação sobre turismo colaborativo e suas relações com intercâmbio, a fim de possibilitar mais opções aos que tem interesse em viajar e também ampliar os estudos sobre o tema.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo Colaborativo. Intercâmbio. “Work exchange”.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



A COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS, VISÃO BASEADA EM RECURSOS (VBR) E CAPACIDADES DINÂMICAS: UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO

Amanda Vanderlinde Lins

Graduanda em Administração, Univali, amandalins1708@hotmail.com

Luiz Carlos da Silva Flores

Doutor em Engenharia de Produção, Univali, luiz.flores@univali.br

Resumo:

Tradicionalmente o destino turístico é uma unidade geográfica, uma localidade que envolve uma série de infraestrutura, atrações, serviços e atividades para proporcionar a maior satisfação do visitante. A competição entre destinos turísticos está mais acirrada, as cidades se preparam e investem em atividades, infraestrutura, recursos, atrações, e desenvolvem capacidades dinâmicas para maior satisfação dos turistas que visitam. Diante deste cenário define-se o objetivo desta pesquisa de *Identificar a relação entre recursos e competências para o sucesso sustentável de um destino turístico. Para isso foi adotado uma metodologia exploratória e bibliográfica.* Na seção de revisão bibliográfica são apresentadas inicialmente as várias definições de competitividade, VBR e Capacidades dinâmicas. E, como resultado apresenta-se os pontos de integração e relação entre competitividade, visão de recursos e capacidades dinâmicas, concluindo que não basta o destino ter recursos, mas é importante a capacidade de gestão para o sucesso do destino.

Palavras-chaves: Destinos turísticos. Competitividade de destinos turísticos. Visão Baseada em Recursos. Capacidades dinâmicas.

**GRUPO TEMÁTICO – INOVAÇÃO, INTERNACIONALIZAÇÃO,
ASPECTOS ÉTNICOS-RACIONAIS E EDUCAÇÃO AMBIENTAL EM
GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



TRÍPLICE HÉLICE E OS SISTEMAS COMPLEXOS PARA INOVAÇÃO EM DESTINOS TURÍSTICOS

Gilson de Jesus Mota Rodrigues

Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão – IFMA
Doutorando em Turismo e Hotelaria – UNIVALI
E-mail: gilson.dejesus@ifma.edu.br

Francisco Antonio dos Anjos

Professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria da Universidade do
Vale do Itajaí – UNIVALI
Doutor em Engenharia de Produção (Gestão Ambiental) – UFSC
E-mail: anjos@univali.br

Thays Cristina Domareski Ruiz

Professora do Programa de Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria da Universidade do
Vale do Itajaí – UNIVALI
Doutora em Geografia – UFPR
E-mail: thaysdr@univali.br

RESUMO

O conhecimento sempre desempenhou um papel fundamental na economia, a partir das combinações dos meios produtivos. O turismo tem sido apontado como um setor de alto crescimento, pela geração de emprego e o crescimento econômico. No atual momento da globalização, existe um acelerado desenvolvimento tecnológico que influencia no sistema de inovação do turismo. Este trabalho se concentra em abordagens teóricas capazes de explicar a mudança de paradigma atual na produção e no desenvolvimento da inovação e do conhecimento: o modelo Tríplice Hélice e a teoria de sistemas complexos. Ressalta-se a importância da auto-organização, não-linearidade, co-evolução e o gerenciamento da complexidade para a inovação em destinos turísticos.

Palavras-chave: Turismo. inovação em turismo. tríplice hélice. sistemas complexos.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



A TECNOLOGIA COMO FORMA DE PAGAMENTO DIGITAL: UMA PERSPECTIVA DO IMPACTO DO BITCOIN NO TURISMO

Vitor Martins dos Santos

Tecnologia em Gestão de Turismo, Instituto Federal Catarinense - Campus Avançado Sombrio,
vitor.martins@foxbit.com.br

Marco Aurélio Nunes Monteiro

Tecnologia em Gestão de Turismo, Instituto Federal Catarinense - Campus Avançado Sombrio,
marconunesmonteiro@hotmail.com

Suiany Dutra Fazenda

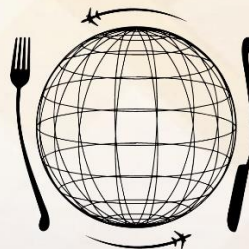
Tecnologia em Gestão de Turismo, Instituto Federal Catarinense - Campus Avançado
Sombrio, suianyfazenda@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho tem o objetivo de compreender como a tecnologia está sendo aplicada em forma de pagamento digital, analisando os principais impactos sobre a utilização da moeda Bitcoin no segmento de turismo e de que forma esta moeda pode contribuir para o fomento e o crescimento do setor. Trata-se de uma investigação exploratória, tendo como procedimento técnico a pesquisa teórica em artigos nacionais e internacionais. Em 2008 surgiu o Bitcoin, o primeiro dinheiro digital que permitiria pagamentos on-line, sem depender de um intermediário. A aceitação, como forma de pagamento nos bens e serviços, está se expandindo internacionalmente. Meios de hospedagens, restaurantes, locomoções, entretenimento, podem ser pagos com bitcoin.

Palavras-chave: Bitcoin. Moeda Virtual. Turismo.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

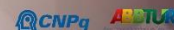
REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



INOVAÇÃO TECNOLÓGICA COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO NO TURISMO: O USO DO QR CODE

Kathleen Brandt Silveira

Mestranda em Turismo e Hotelaria pelo Programa de Pós- Graduação de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí- UNIVALI, Bacharel em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI, kathleenbrandts@gmail.com

Lucimari Acosta Pereira

Mestranda em Turismo e Hotelaria pelo Programa de Pós- Graduação de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí- UNIVALI, Bacharel em Turismo pela FURG, lucimari.svp@gmail.com

Cristiane Berselli

Mestranda em Turismo e Hotelaria pelo Programa de Pós- Graduação de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí- UNIVALI, Bacharel em Turismo e Tecnóloga em Hotelaria pela UFPel cristiane.berselli@gmail.com

Pablo Flôres Limberger

Professor do Mestrado e Doutorado Curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Doutor em Turismo e Hotelaria pelo Programa de Pós- Graduação de Turismo e Hotelaria - Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, pablofl@univali.br

Thays Cristina Domareski Ruiz

Professora do Mestrado e Doutorado Curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná – UFPR, thaysdomareski@gmail.com;

RESUMO

O setor do turismo está imerso em um universo marcado pela evolução e inovação tecnológica. Existem diversos sistemas e tecnologias para melhor atender o consumidor, o que vem a ser um diferencial competitivo. Desta forma, um dos aplicativos que se destaca é o *QR Code*, pois permite ao turista acessar informações com um celular ou tablete e obtendo informações importantes. O objetivo deste trabalho foi apontar o uso do *QR Code* como diferencial competitivo, e levantar informações sobre seus usos em destinos turísticos. A metodologia aplicada é de caráter qualitativo exploratório, com pesquisa bibliográfica. Posteriormente buscou-se destinos turísticos que fizessem o uso de *QR Code* nos seus sites institucionais. Quanto aos resultados pontua-se que a maioria dos destinos turísticos teve a implantação de *QR Codes* por meio da iniciativa pública e parcerias, que representa uma preocupação por parte da esfera pública e privada em relação ao diferencial competitivo do turismo.

Palavras-chave: Inovação. Competitividade. *QR Code*.

**GRUPO TEMÁTICO – PLANEJAMENTO TURÍSTICO E ESPAÇO
URBANO RURAL**

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017

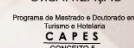


VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



DESENVOLVIMENTO REGIONAL: UMA REFLEXÃO TEÓRICA SOBRE O PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO

Luiz Daniel Muniz Junqueira

Mestre em Turismo e Hotelaria

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília – IFB

luiz.junqueira@ifb.edu.br

RESUMO

O Programa de Regionalização do Turismo (PRT) é uma política de desenvolvimento com foco na promoção do turismo em regiões turísticas. Para que esse desenvolvimento seja efetivo, é necessária uma intervenção do Estado, assim como a participação do setor privado e comunidade local. Este estudo analisou três casos de promoção do PRT em regiões distintas do país para avaliar as formas de implementação do programa por parte dos agentes envolvidos. O método adotado selecionou três artigos das principais revistas científicas brasileiras de turismo que abordaram o tema regionalização. Após a seleção dos artigos realizou-se uma análise crítica relacionando aos conceitos de desenvolvimento encontrados na academia. Como resultado, pode-se dizer que o PRT promovido nos casos observados encontra-se com diversas limitações no que diz respeito às diretrizes estabelecidas pelo Ministério do Turismo acerca das políticas públicas do setor.

Palavras-chave: Programa de Regionalização do Turismo. Desenvolvimento. Políticas públicas.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



A IMPLANTAÇÃO DO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL COM ENFOQUE TURÍSTICO A PARTIR DA CULTURA DO ARROZ CACHINHO NO MUNICÍPIO DE SENTINELA DO SUL/RS

Eduardo Pacheco Trescastro

Mestrando do curso de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria, UNIVALI,
eduardo.trescastro@gmail.com

Lucimari Acosta Pereira

Mestrando do curso de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI, lucimari.svp@gmail.com

Antônio Benetti

Mestrando do curso de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI, manobenetti@gmail.com

RESUMO

Como principal estratégia na busca por vantagens competitivas, as comunidades se organizam na formação de arranjos produtivos locais (APL), uma tendência que cresce competitivamente. Tendo como objetivo identificar conceitos, características e suas possíveis vantagens associadas a APL, a partir disso avaliar as possibilidades de implantação com possibilidade de desenvolver a cidade de Sentinela do Sul, RS, como destino no segmento turístico gastronômico. Para contemplar o objetivo deste estudo foi aplicada a metodologia de caráter qualitativa e exploratória. Foram usadas as dimensões territoriais Conforme Cassiolato, Lastres & Szafiro (2000) para possível implementação da APL no município. Dentre as dimensões detectadas destacam-se o Conhecimento Tácito, Diversidade das atividades e dos Autores e a Dimensão territorial. Contudo, apesar de termos um ambiente que pode ser favorável, faz-se necessário montar um plano de ação para agregar valor, caracterizar o arroz cachinho e um sistema de produção integrado.

Palavras-chave: Arranjo Produtivo Local. Aglomerações. Turismo. desenvolvimento local. Arroz cachinho.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



ORLA E ÁREA CENTRAL DE TORRES/RS: SETORIZAÇÃO A PARTIR DOS EFEITOS DO USO TURÍSTICO NO ESPAÇO URBANO

Ana Karollina Espíndula

Aluna do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal
Catarinense – Campus Avançado Sombrio/ anaespindula@hotmail.com

Janete Rodrigues Bondan

Aluna do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal Catarinense
– Campus Avançado Sombrio/ janetebondan@bol.com.br

Leila Maria Vasquez Beltrão

Professora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal
Catarinense-Campus Avançado Sombrio/leila.beltrao@ifc.edu.br

Patrícia Fagundes Gomes

Aluna do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal Catarinense
– Campus Avançado Sombrio/ patricia.fg93@gmail.com

RESUMO

Apresenta-se os resultados de estudo realizado na orla e área central de Torres/RS que inventariou os atuais usos dos fixos existentes, agrupando-os em turísticos ou relacionados à atividade turística. Os usos verificados foram correlacionados ao processo histórico de estruturação do espaço urbano, em grande parte condicionado pela forma como a paisagem foi sendo apropriada pelo turismo, a partir do século XX. Como resultado observou-se que a maioria dos fixos centrais está efetivamente associado à atividade turística o que, contudo, não fornece uma homogeneidade ao espaço, permitindo uma definição de subzonas segundo a ocupação e usos predominantes. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, baseada na obtenção de dados primários e secundários, que tem como objetivo subsidiar ações de planejamento urbano e turístico no município.

Palavras-chave: Turismo. Paisagem. Urbanização Turística. Torres/RS.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



A PERCEPÇÃO SOBRE A PARTICIPAÇÃO DOS ATORES PÚBLICOS E PRIVADOS NA GOVERNANÇA TURÍSTICA DA REGIÃO COSTA VERDE & MAR, EM SANTA CATARINA.

Marcos Arnhold Junior

Doutorando em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí - Univali. Professor de Graduação dos Cursos de Turismo e Hotelaria, Gastronomia, Relações Públicas e Núcleo Comum da Univali.

E-mail: marcosjunior@univali.br;

Doris Van de Meene Ruschmann

Professora do Mestrado e Doutorado do Curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Doutora em Planejamento do Turismo Sustentável pela Universidade de São Paulo – USP.

E-mail: doris@ruschmannconsultores.com.br

Francisco Antonio dos Anjos

Professor do Mestrado e Doutorado do Curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Doutor em Engenharia de Produção e Gestão Ambiental pela Universidade Federal de Santa Catarina.

E-mail: anjos@univali.br.

RESUMO

Este trabalho busca apresentar a percepção de membros da governança turística da Região Costa Verde & Mar, em Santa Catarina, em relação ao processo de gestão e participação na governança deste destino. Para isto, foi utilizada a pesquisa bibliográfica de caráter exploratório, bem como a pesquisa aplicada com gestores públicos e privados da Costa Verde & Mar, visando identificar a percepção dos atores em relação à participação e responsabilidade dos atores membros da governança turística. Como resultado, percebeu-se que a visão dos gestores públicos é bastante similar à visão dos gestores da iniciativa privada, evidenciando a aproximação dos objetivos e ações dos membros da governança desta região. Ainda como resultado percebeu-se que há uma percepção maior da participação do poder público do que da iniciativa privada, porém há a percepção que existem mecanismos que garantem a participação equilibrada dos atores. Por fim, identificou-se que há a percepção que o processo de planejamento turístico da região é participativo.

Palavras-chave: Turismo. Regionalização. Governança. Costa Verde & Mar. Santa Catarina.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

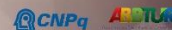
REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



A CATEGORIZAÇÃO NAS REGIÕES TURÍSTICAS DE SANTA CATARINA

Marcos Arnhold Junior

Doutorando em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí - Univali. Professor de Graduação dos Cursos de Turismo e Hotelaria, Gastronomia, Relações Públicas e Núcleo Comum da Univali. E-mail: marcosjunior@univali.br;

Edilaine Weber Mannrich

Estudante de Graduação em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí - Univali. E-mail: edii.weber@gmail.com;

Thays Cristina Domareski Ruiz

Professora do Mestrado e Doutorado do Curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. E-mail: thaysdomareski@gmail.com;

Francisco Antonio dos Anjos

Professor do Mestrado e Doutorado do Curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Doutor em Engenharia de Produção e Gestão Ambiental pela Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: anjos@univali.br.

RESUMO

O processo de categorização dos municípios das Instâncias de Governança é uma ação voltada para incentivar o desenvolvimento da atividade turística, e foi elaborada pelo Ministério do Turismo. Este trabalho identifica e apresenta o processo de categorização dos municípios das Instâncias de Governança do Estado de Santa Catarina. O estudo se caracteriza como exploratório e de abordagem qualitativa. Como metodologia utilizou-se de pesquisa bibliográfica, bem como uma pesquisa aplicada com gestores das instâncias regionais do Estado, visando identificar as categorias em que os municípios das regiões turísticas de Santa Catarina estão enquadrados. Identificou-se que as regiões com atividade turística em consolidação contam com municípios categorizados nas classes A, B e C.

Palavras-chave: Turismo. Regionalização. Categorização. Santa Catarina.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



PERSPECTIVA DOS GESTORES DAS INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA REGIONAL DE SC:
COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS

Débora Mikulski

Mestranda em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI

E-mail: deboramikulski@gmail.com;

Melise de Lima Pereira

Doutoranda em Turismo e Hotelaria na Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Professora Assistente no Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto de Ciências Humanas e da Informação da Universidade Federal do Rio Grande (FURG), Campus Santa Vitória do Palmar - RS. E-mail: melisefurg@gmail.com;

Thays Cristina Domareski Ruiz

Professora do Mestrado e Doutorado Curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. E-mail: thaysdomareski@gmail.com;

Sabrina da Rosa

Mestranda em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI

E-mail: sabrinarosa@edu.univali.br;

Edilaine Weber Mannrich

Estudante de Graduação em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, no 6º período. E-mail: edii.weber1@gmail.com;

RESUMO

A competitividade de destinos turísticos tem sido um tema recorrente nas agendas mundiais. Utilizada como uma estratégia se torna evidente que o processo de gestão auxilia no aumento da competitividade. Este estudo tem como objetivo analisar os indicadores de competitividade dos destinos turísticos sob a perspectiva dos gestores das Instâncias De Governança Regional De Santa Catarina. A metodologia deste estudo é qualitativa e se baseou em uma pesquisa bibliográfica e documental, com estrutura analítica e descritiva, a partir de questionários aplicados aos gestores das instâncias de governança regional. A pesquisa constatou que a maioria dos indicadores foram avaliados positivamente pelos gestores de Santa Catarina.

Palavras-chave: Competitividade. Indicadores de Competitividade. Turismo.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



ANÁLISE DO CENÁRIO TURÍSTICO DO CHUÍ, RS, BRASIL, ATRAVÉS DO MÉTODO DE ANÁLISE SWOT

Taís Natalia Cruz Pereira

Graduanda em Bacharelado em Hotelaria pela Universidade Federal do Rio Grande – FURG
taisnatalia.cruzpereira@hotmail.com

Lucimari Acosta Pereira

Mestranda pelo Programa de Pós Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí- UNIVALI, Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande- FURG.
Lucimari.svp@gmail.com

Melise de Lima Pereira

Professora do Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande- FURG, Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí- UNIVALI, melisefurg@gmail.com

Resumo:

É essencial reconhecer que uma destinação turística é um ponto territorial de referência, onde práticas turísticas como tomada de decisões estratégicas e condições socioeconômicas tornam-se significativas. Destaca-se que o inventário da oferta turística serve de subsídio para o reconhecimento da destinação e também auxilia seu posterior planejamento. O Objetivo deste estudo foi Identificar, através do método de análise SWOT, os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças referentes ao desenvolvimento do turismo no Chuí, RS, Brasil. A metodologia deste estudo seguiu uma abordagem qualitativa exploratória com base no Inventario feito pelo PET-Turismo (Programa de Educação Tutorial). Como resultados destaca-se que o destino tem muitos pontos a crescer como, infraestrutura básica, saneamento, sinalização turística.

Palavras-chave: Cenário Turístico. Análise SWOT. Chuí.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



A RELAÇÃO ENTRE A PERCEPÇÃO DOS IMPACTOS DO TURISMO E OS FATORES
PESSOAIS: UMA ANÁLISE DO DESTINO TRUJILLO, PERU

Thamires Foletto Fiuza

Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí, thamires.fiuza@ifc.edu.br

Camila Belli Kraus

Mestranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí
kmilabk@gmail.com

Kathleen Brandt Silveira

Mestranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí
kathleenbs@hotmail.com

Fabrcia Durieux Zucco

Doutora em Administração pela Universidade Nove de Julho
fabrizazucco@hotmail.com

RESUMO

A compreensão da perspectiva dos residentes de um destino turístico é fundamental para facilitar o desenvolvimento da comunidade para maior apoio em benefício ao turismo. A cidade de Trujillo, escolhida como objeto de estudo fica localizada na costa norte do Peru, no distrito de La Libertad, cujos atrativos turísticos são principalmente culturais e arqueológicos. Assim, o objetivo deste estudo é analisar a influência dos fatores pessoais na percepção dos impactos promovidos pelo turismo na cidade de Trujillo (Peru). A metodologia aplicada é de caráter exploratório, de abordagem quantitativa. Os resultados demonstraram a existência diferença estatisticamente significativa em quatro das cinco dimensões de análise e em diversos fatores pessoais dos residentes, confirmando a teoria e demonstrando a influência de tais fatores no processo de percepção dos impactos do turismo em destinos.

Palavras-chave: Turismo. Impactos no destino. Fatores Pessoais

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CA P E S
CONCEITO 5

APOIO



UMA BREVE REFLEXÃO SOBRE OS PLANOS DE MARKETING DE TURISMO NO BRASIL

Antonio Carlos Benetti

Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade Do Vale do Itajaí e bolsista do CNPq.
manobenetti@gmail.com

Lucimari Acosta Pereira

Mestranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajai- UNIVALI,
lucimari.svp@gmail.com

Angela Maria Carrión Carracedo Ozelame

Professora IFMT - Campus Cuiabá - Octayde Jorge da Silva - Área Turismo - Curso Técnico de Guia de Turismo e Eventos. Mestranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajai- UNIVALI, angelacarrion.tur@gmail.com

Wilker Ricardo de Mendonça Nóbrega

Professor Adjunto II do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - DETUR/UFRN, Coordenador da Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - PPGTUR/ UFRN (Mestrado e Doutorado), wilkernobrega@yahoo.com.br

Resumo:

No Brasil, o Ministério do Turismo é um dos atores públicos a empregar planos de marketing turístico. O presente trabalho de pesquisa tem como o objetivo deste estudo foi fazer uma reflexão acerca dos planos de marketing de turismo do Brasil. Os Planos analisados foram o Plano cores 2003, Plano Aquarela 2007-2010 e o Plano Aquarela 2020. A metodologia é qualitativa de abordagem exploratória descritiva, o método utilizado na pesquisa foi o de análise documental e revisão bibliográfica em livros, artigos científicos e documentos *online* da Empresa Nacional de Turismo (EMBRATUR) e da página do Ministério do Turismo (MTUR).

Palavras-chave: Políticas Públicas. Planos de Marketing. Turismo.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria
CAPES
CONCEITO 5

APOIO



A IMPORTÂNCIA CULTURAL, HISTÓRICA E ARQUITETÔNICA DO MOINHO COVOLAN PARA A CIDADE DE FARROUPILHA E REGIÃO.

Carolina Czarnobai Benvenuti

Graduanda de Turismo, Universidade Feevale, carol_benvenuti@hotmail.com

RESUMO

O Moinho Covolan é um espaço que existe há quase 100 anos na cidade de Farroupilha, no Rio Grande do Sul. O intuito da pesquisa é reunir o maior número de informações sobre sua história, que é pouco conhecida e investigar a importância do lugar para a comunidade farroupilhense e visitantes de outras cidades. A metodologia utilizada é de pesquisa exploratória e descritiva, abordagem metodológica qualitativa, procedimento técnico de pesquisa documental, aplicação de pesquisa de campo e amostragem não probabilística intencional. O Moinho Covolan busca se tornar palco para novas atividades, entre elas está uma associação cultural, que busca promover a interação da comunidade com o espaço. Espera-se que através desse estudo seja possível mostrar para as pessoas a importância de preservá-lo, por se tratar também de uma enorme parte da história da cidade.

Palavras-chave: Turismo. Patrimônio Cultural. Moinho Covolan. Farroupilha.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

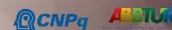
REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



ANÁLISE DO DESEMPENHO DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS NO PERÍODO DE 2013 A 2015

Bheatriz do Amaral Trindade

Estudante de Graduação em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – Univali,
no 6º período. E-mail: bheatriz.trindade@hotmail.com;

Brenda Cortes de Lima

Estudante de Graduação em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – Univali,
no 6º período. E-mail: brendacorteslima@gmail.com;

Edilaine Weber Mannrich

Estudante de Graduação em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí - Univali,
no 6º período. E-mail: edii.weber@gmail.com;

João Vitor Nicolau Araújo

Estudante de Graduação em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – Univali,
no 6º período. E-mail: joaovitor.nva@gmail.com;

Marina Araújo Teixeira Rios

Estudante de Graduação em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – Univali,
no 6º período. E-mail: marinaa_rios@gmail.com.

RESUMO

Este documento tem por objetivo apresentar uma análise perante o material contido no Anuário Estatístico de Turismo 2013-2014 e 2014-2015, publicado pelo Ministério do Turismo, por meio da Fundação Getulio Vargas (FGV). Este anuário representa o desempenho econômico e posicionamento dos gestores das agências de viagens frente a diversas questões da segmentação. Justifica-se o interesse por este estudo, como fonte de informação, sendo que este é um dos principais documentos que registram o desempenho das agências de turismo no Brasil, respaldado pelo selo oficial do Ministério do Turismo, tendo assim maior confiabilidade sobre os dados. Em vista disso, busca-se com este estudo fornecer uma análise atual do mercado das agências de viagens para melhor compreensão deste setor e, por conseguinte, para desenvolvimento do campo de estudo do turismo.

Palavras Chave: Agências de viagem. Desempenho das agências de viagem. Análise atual do mercado das agências.

29 a 01
Novembro/ Dezembro
2017



VFCGTurH
FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

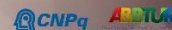
REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO



UM ENSAIO TEÓRICO ACERCA DOS RECURSOS HUMANOS NO TURISMO E HOTELARIA

Antonio Carlos Benetti

Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade Do Vale do Itajaí e bolsista do CNPq.

manobenetti@gmail.com

RESUMO

Os recursos mais importantes de uma organização são as pessoas e estudar a sua gestão é uma prática quase que inevitável para qualquer empresa, sobretudo a de turismo. O objetivo deste ensaio foi de fazer uma discussão teórica acerca dos Recursos Humanos no turismo e na hotelaria. Para tanto a metodologia utilizada foi de abordagem qualitativa exploratória, com a técnica de análise bibliográfica em fontes secundárias. Como reflexões frente a teoria aponta-se que a gestão de recursos humanos pode ser considerada como um fator crucial no desenvolvimento sustentado do setor do Turismo e que pode constituir um pilar fundamental dos destinos turísticos.

Palavras-chave: Turismo. Hotelaria. Recursos Humanos.