

REALIZAÇÃO:



UNIVALI

7ª EDIÇÃO

FCGTurH

Fórum Científico de
Gastronomia, Turismo
e Hotelaria



PATRIMÔNIO E CULTURA
NA PERSPECTIVA DA
GASTRONOMIA E DO TURISMO



12, 13 E 14
NOVEMBRO DE 2019



UNIVALI
CAMPUS BC

MAIS INFORMAÇÕES NO SITE:
UNIVALI.BR/FCGTURH



APOIO:



FAPESC



BALNEÁRIO
CAMBORIÚ
CONVENTION
& VISITORS
BUREAU

FICHA CATALOGRÁFICA

F779 Fórum Científico de Gastronomia, Turismo e Hotelaria - FCGTURH (7. : 2019 : Balneário Camboriú, SC).

Anais do VII Fórum Científico de Gastronomia, Turismo e Hotelaria, 12 a 14 de novembro de 2019 : patrimônio e cultura na perspectiva da Gastronomia e do Turismo [recurso eletrônico] / Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) ; comissão organizadora, Ana Paula Lisboa Sohn ... [et al.]. - Dados eletrônicos. – Balneário Camboriú, SC: Univali, 2019.

1 CD-ROM ; 4 ¾ pol.

ISSN 2446-7871

Disponível também em: www.univali.br/fcgturh

1. Turismo - Eventos. 2. Hotelaria. 3. Gastronomia. 4. Planejamento turístico. 5. Turismo e Hotelaria – Estudo e Ensino. I. Título. II. Sohn, Ana Paula Lisboa.

Comissão Organizadora

Ana Paula Lisboa Sohn
Bianka Cappucci Frisoni
Carlos Alberto Tomelin
Celia Denise Uller
Diva De Mello Rossini
Emiliana Da Silva Campos
Josildete Pereira De Oliveira

Luciano Torres Tricarico
Marcos Arnhold Junior
Paulo Dos Santos Pires
Pablo Flôres Limberger
Rogério Corrêa
Silvia Regina Cabral

Comissão Científica

Ana Paula Lisboa Sohn, Dra
(UNIVALI/SC)
Carlos Alberto Tomelin, Dr
(UNIVALI/SC)
Carlos Marcelo Ardigo, Dr (UNIVALI/SC)
Diva de Mello Rossini, Dra (UNIVALI/SC)
Fabricia Durieux Zucco, Dra
(UNIVALI/SC)
Francisco Antônio dos Anjos, Dr
(UNIVALI/SC)
João Albino Matos da Silva, Dr
(UALG/Pt)
Josildete Pereira de Oliveira, Dra
(UNIVALI/SC)
Luciano Torres Tricarico, Dr
(UNIVALI/SC)
Luiz Carlos da Silva Flores, Dr
(UNIVALI/SC)
Luiz Gonzaga Godoi Trigo, Dr (USP/SP)
Marcia Maria Cappelano dos Santos,
Dra (UCS/RS)
Marcos Arnhold Junior, Dr (UNIVALI/SC)

Maria Dolors Vidal Casellas, Dra
(Universidade de Girona/Esp.).
Maria Henriqueta S. G. Gimenes, Dra
(UAM/SP)
Mario Carlos Beni, Dr (UNB/Brasília)
Mirian Rejowski, Dra (UAM/SP)
Pablo Flôres Limberger, Dr
(UNIVALI/SC)
Paulo dos Santos Pires, Dr (UNIVALI/SC)
Rodolfo Wendhausen Krause, Dr
(UNIVALI/SC)
Sara J. Gadotti dos Anjos, Dra
(UNIVALI/SC)
Silvia Regina Cabral, Dra (UNIVALI/SC)
Silvio Luiz Goncalves Vianna, Dr
(UCS/RS)
Susana de Araujo Gastal, Dra (UCS/RS)
Suzana de Conto, Dra (UCS/RS)
Wilker R. M. Nobrega, Dr (UFRN/RN)
Yara Christina Cesario Pereira, Dra
(UNIVALI/SC)

Avaliadores dos Trabalhos

Ana Lúcia Olegário Saraiva
Alice Leoti Silva
Alini Nunes De Oliveira
Alvaro Augusto Dealcides Silveira
Moutinho Bahls
Andréa Lima Barros
Bruno De Oliveira Da Silva
Claudia Araujo De Menezes Gonçalves
Martins
Camila Belli Kraus

Carlos Eduardo De Almeida Ramôa
Cálidon Costa Da Conceição
Diva De Mello Rossini
Eduardo Baptista Lopes
Felipe Borborema Cunha Lima
Fernanda De Souza Farias
Francisco Barbosa Do Nascimento Filho
Giancarlo Moser
Gilson De Jesus Mota Rodrigues
Guilherme Garcia Velasquez

Hélen Rita Menezes Coutinho
Joelma Monteiro De Carvalho
Josildete Pereira De Oliveira
José Pessoa Martinz
Kalina Marcelino Benevides Ponte
Ligia Najdzion
Lilian Pacheco Ferreira Paiva
Luciano Torres Tricarico
Lucimari Acosta Pereira
Luiz Carlos Da Silva Flores
Luiz Daniel Muniz Junqueira
Marcos Arnhold Junior

Markléa Da Cunha Ferst
Márcia Raquel Cavalcante Guimarães
Pablo Flôres Limberger
Paula Cristina Pereira Rodrigues
Rodolfo Wendhausen Krause
Rodrigo Hakira Minohara
Ronaldo Luiz Beleze
Rosislene De Fátima Fontana
Sarah Marroni Minasi
Thamires Foletto Fiuza
Yara Christina Cesario Pereira

Sumário

GRUPO TEMÁTICO – PLANEJAMENTO DO DESTINO EM ÁREAS URBANAS E RURAIS	8
O espaço público nos destinos turísticos de Itajaí e Balneário Camboriú: o caso da praia Brava, praia dos Amores e Ariribá.....	9
Perspectiva dos gestores de parques nacionais do Brasil: competitividade de destinos turísticos baseados na natureza.....	10
Turismo rural como preservação do patrimônio e da cultura: integração na rota Dona Francisca.....	11
Eventos e turismo: a contribuição do 31º Festival Internacional de Balonismo na Hotelaria de Torres (RS).....	12
Coopetição e competitividade em cluster turístico	13
GRUPO TEMÁTICO – ASPECTOS SOCIOCULTURAIS E ÉTNICOS NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA	14
Turismo cinematográfico: as mágicas locações do filme “The sound of music” em Salzburg, Áustria	15
O cenário de eventos musicais em Curitiba	16
Bens patrimoniais tombados do litoral do Paraná e o turismo: estudos preliminares	17
Turismo e cultura: percepção de autenticidade do artesanato Amapaense.....	18
Uma análise da relação entre museus itinerantes e patrimônio cultural.....	19
Influência cultural açoriana nas estratégias de comunicação: análise dos meios de hospedagem da região central de Laguna (SC).....	20
A Mercantilização do turismo cultural no Brasil	21
A atuação profissional da mulher no turismo gastronômico no bairro de Santa Felicidade..	22
In vino, drama: análise sensorial de um evento com degustação de vinho	23
Relações de hospitalidade e turismo no slow food: uma análise no espaço cotidiano da região sul do Brasil.	24
Os doces campeiros oriundos da cultura gaúcha.....	25
GRUPO TEMÁTICO – EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA	26
Análise do mercado de eventos no litoral norte gaúcho	27
Análise das práticas do laboratório de turismo e hospitalidade: os múltiplos olhares	28
Responsabilidade social: percepção de acadêmicos de uma universidade da região do Vale do Itajaí/SC.	29
Competências na formação em gastronomia: Análises bibliométricas das bases de dados EBSCO, <i>Web of Science</i> e <i>Scopus</i>	30
Estágio doutoral de turismo e hotelaria no curso de gastronomia da Univali: intercâmbio cultural e de sabores das culinárias açoriana, nortista e nordestina.....	31
Qualificação profissional na gastronomia: Análise do perfil dos trabalhadores em negócios de A&B no município de Joinville/SC	32

Discrepância de gênero no mercado de trabalho em turismo no Brasil	33
Revisão da literatura internacional sobre turismo costeiro e imagem de destino (2009-2019): análise bibliográfica.....	34
Análise da competência comunicativa em língua espanhola nos meios de hospedagem do município de Bombinhas/SC	35
Perspectiva do acadêmico de enfermagem sobre a hotelaria hospitalar em hospital da universidade	36
GRUPO TEMÁTICO – GESTÃO EM GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA.....	37
Turismo cemiterial: um estudo sobre as experiências no cemitério da Consolação a partir do Tripadvisor.....	38
Avaliação das capacidades dinâmicas do destino turístico Balneário Camboriú (Santa Catarina) na percepção dos stakeholders.....	39
A credibilidade e a motivação para compartilhamento nas mídias sociais na percepção dos turistas de Balneario Camboriu (SC)	40
Estudos sobre leisure in parks: um olhar acadêmico nos últimos 11 anos.....	41
Caracterização do marketing de conteúdo gastronômico nas mídias sociais, em Balneário Camboriú (SC/Brasil)	42
Afinal, quanto custa a refeição no parque do Urubuí?.....	43
Vantagens e desvantagens da automatização dos serviços na área de A&B	44
Restaurantes self-service na cidade de Pelotas/RS: um estudo de caso	45
A feira nacional do doce (Fenadoce) em Pelotas/RS: registro de visitantes de 2016 a 2019.	46
Aceitabilidade do público geral em relação ao turismo espacial.....	47
Experiências memoráveis dos hóspedes de um camping glamoroso: O caso do Glamping Mangarito de Iporanga - SP.....	48
Determinantes da satisfação dos hóspedes em relação à qualidade dos serviços hoteleiros nos eco-hotéis de Praia Grande/SC e Cambará do Sul/RS	50
Hotéis e online travel agencies: relacionamento de conflitos e dependência	52
Estratégias mercadológicas de custos utilizadas no setor hoteleiro na cidade de Pelotas	53
Cooperação e associativismo entre os meios de hospedagem e as agências de turismo receptivo de Praia Grande (SC)	54
Efeitos da demissão por discriminação de pessoas com deficiência na hotelaria.....	55
Acessibilidade no setor hoteleiro de Pelotas.....	56
Os aspectos legais de acessibilidade para o atendimento da pessoa com deficiência em meios de hospedagem no Brasil	57
Características subjetivas como fatores ponderativos na precificação de <i>hostels</i> : um estudo de caso com universitários no município de Pelotas/RS.	58
Análise da formação de preço da diária de um hotel da cidade de Pelotas.....	59
GRUPO TEMÁTICO – INOVAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA.....	60

As pessoas com deficiência visual na atividade turística: análise da produção científica das revistas acadêmicas de turismo disponíveis no site do ministério do turismo.	61
Turismo inclusivo com pessoas com deficiência: uma viagem lúdica em uma abordagem transdisciplinar	62
O papel dos influenciadores digitais no processo de escolha de hotéis	63
Economia criativa: iniciativas no turismo.....	64

**GRUPO TEMÁTICO – PLANEJAMENTO DO DESTINO EM ÁREAS
URBANAS E RURAIS**

O espaço público nos destinos turísticos de Itajaí e Balneário Camboriú: o caso da praia Brava, praia dos Amores e Ariribá.

Marianna Cristina Siqueira de Oliveira

Graduanda em Arquitetura e Urbanismo

UNIVALI – Universidade do Vale de Itajaí

marisqueira.o@hotmail.com

Eduardo Baptista Lopes

Doutorando em Turismo e Hotelaria

UNIVALI – Universidade do Vale de Itajaí

eduardo@arquitetoeduardolopes.com.br

RESUMO

Os processos de crescimento dos destinos turísticos litorâneos indicam um aumento nas ocupações dispersas, que se mostram cada vez mais segregadas, substituindo as relações de vizinhança e inter-relações advindas dos espaços públicos. Este cenário reflete uma nova tendência arquitetônica, que valoriza residências agrupadas em conjuntos murados fechados para a rua. A pesquisa, de caráter exploratório e descritivo, utiliza critérios estabelecidos por Gehl para analisar a qualidade dos espaços públicos no entorno dos condomínios murados do bairro Praia Brava, localizado na cidade de Itajaí, e dos bairros Praia dos Amores e Ariribá, localizados no município de Balneário Camboriú. Foi organizada em duas etapas: a) levantamento de campo nos bairros escolhidos; b) análise dos espaços públicos. Constatou-se nesta pesquisa o destaque para as relações e atividades sociais verdadeiras encontradas, favorecidas principalmente pelo clima e pela movimentação advinda do turismo em alta temporada

Palavras-chave: Destino Turístico Litorâneo; Espaço Público; Itajaí; Balneário Camboriú.

Perspectiva dos gestores de parques nacionais do Brasil: competitividade de destinos turísticos baseados na natureza

Sabrina da Rosa

Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI

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

Francisco Antônio dos Anjos

Professor do Mestrado e Doutorado Curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do

Vale do Itajaí – UNIVALI. Doutor em Planejamento e Gestão do Turismo pela

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. E-mail: anjos@univali.br;

RESUMO

O tema da competitividade dos destinos turísticos é amplo e complexo, e com diversos modelos sendo testados para diversas tipologias de destinação. A competitividade de destinos turísticos tem sido um tema recorrente nas agendas mundiais. Este estudo tem como objetivo analisar indicadores de competitividade dos destinos turísticos sob a perspectiva dos gestores dos parques nacionais do Brasil. A metodologia deste estudo estudo é qualitativa e se baseou em uma pesquisa bibliográfica e documental, com estrutura analítica e descritiva, a partir de questionários aplicados aos gestores de parque nacionais. A pesquisa constatou que a maioria dos indicadores foram avaliados positivamente pelos gestores do Brasil.

Palavras-chave: Competitividade; Indicadores de Competitividade; Parques Nacionais

Turismo rural como preservação do patrimônio e da cultura: integração na rota Dona Francisca.

Shyarra Roberta Robl Becker

Arquiteta e Urbanista – PUC – Jaraguá do Sul / SC.

Mestranda em Turismo e Hotelaria – Univali – arqshyarra@uol.com.br

Luciano Torres Tricarico, Dr.

Docente e Pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí

RESUMO

O patrimônio edificado, quando inserido no meio rural, nem sempre é valorizado. Assim também as tradições de uma comunidade. Este artigo tem como objetivo analisar a “Rota Dona Francisca”, trecho pioneiro e tombado da Serra Dona Francisca, localizado próximo ao acesso principal da cidade de São Bento do Sul, SC. A rota preserva os costumes de imigrantes germânicos e possui um dos maiores acervos de patrimônio edificado em rota rural de Santa Catarina. Sua paisagem rural e natureza preservada convidam ao eco-turismo, e a recente chegada desses aventureiros traz novas demandas turísticas e hoteleiras à região. O artigo traça um breve comparativo à rota italiana Caminhos de Pedra, no Rio Grande do Sul, e sugere a emergência da reutilização das edificações históricas para fins comerciais turísticos e educativos, instigando a união da cultura local com a co-criação de experiências voltadas ao turismo, integrando todos os seus agentes.

Palavras-chave: Turismo Rural. Rota Dona Francisca. Roteiro Caminhos de Pedra. Experiências turísticas.

Eventos e turismo: a contribuição do 31º Festival Internacional de Balonismo na Hotelaria de Torres (RS).

Fernanda Pereira Bitencourt

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: fernanda.fpb20@gmail.com

Lisiane Varela Vefago

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: lisianevefago07@gmail.com

Kênia Zanella

Mestra em Turismo e Hotelaria, Professora Orientadora, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: kenia.zanella@ifc.edu.br.

Ana Paula dos Santos Porto

Tecnóloga em Gestão de Turismo, Professora Coorientadora, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: ana.porto@ifc.edu.br.

RESUMO

A realização ou captação de eventos torna-se uma das principais estratégias para diminuir efeitos da sazonalidade na hotelaria. Diante disso, o objetivo geral deste trabalho é analisar a influência do Festival Internacional de Balonismo na taxa de ocupação hoteleira do município de Torres (RS). De abordagem quali-quantitativa, aplicou-se um questionário aos visitantes da 31ª edição do evento, totalizando 1.027 respostas, e entrevista aos gestores dos três meios de hospedagem mais citados pelos visitantes. Como resultado, destaca-se que o evento é de grande influência para a hotelaria do município, resultando em um aumento na taxa de ocupação no período, na visão dos gestores hoteleiros. Entretanto, os dados coletados nos questionários aplicados aos visitantes do evento demonstraram que apenas uma pequena parcela utiliza os serviços de hotéis ou pousadas, predominando a incidência de pessoas que visitam o balonismo, porém, não pernoitam no destino.

Palavras-chave: Festivais. Sazonalidade. Taxa de ocupação hoteleira.

Coopetição e competitividade em cluster turístico

Jose Pessoa Martinz.

Mestre em Turismo e Hotelaria e doutorando em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI. e-mail: pessoa.martinz@ifma.edu.br

Sara Joana Gadotti dos Anjos, Dra

Docente e Pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí

Ana Paula Lisboa Sohn, Dra.

Docente e Pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí

RESUMO:

O turismo não está sujeito apenas às normativas do mercado, uma vez que a participação do tecido social local é uma condição para sua ocorrência. Nesse contexto, o objetivo principal deste estudo é analisar como a coopetição no ambiente de cluster turístico contribui para a competitividade do destino. A pesquisa caracteriza-se como exploratória-descritiva-explicativa, de natureza qualitativa-quantitativa quanto à abordagem e procedimentos. Os dados são organizados, interpretados e analisados com suporte de ferramentas matemático-estatísticos orientados pelo método hipotético-dedutivo, para sustentação teórico-metodológica dos aspectos quantitativos. A Teoria da Dimensão Cultural, baseada na visão filosófica de Geert Hofstede, é a lente teórica para a análise qualitativa do estudo, em seus diversos aspectos de caráter subjetivo. As técnicas e instrumentos de pesquisa são questionários e entrevistas semiestruturadas, elaborados e dimensionados com foco nos objetivos do estudo.

Palavras-Chave: Coopetição, Competitividade, Cluster Turístico

**GRUPO TEMÁTICO – ASPECTOS SOCIOCULTURAIS E ÉTNICOS NA
GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**

Turismo cinematográfico: as mágicas locações do filme “The sound of music” em Salzburg, Áustria

Bruno de Oliveira da Silva

Graduado e Pós-Graduado em Marketing (UNINTER). Graduado, Mestre e Doutorando em Turismo e Hotelaria (UNIVALI). E-mai: portalbruno.oliveira@gmail.com

RESUMO

O turismo cinematográfico é constituído em uma modalidade turística cujos adeptos viajam em busca de destinos expostos em filmes, que podem divulgar atrativos naturais ou culturais encontrados em algum território, fazendo com que esse possa vir a ser solicitado tanto quanto a própria obra. O estudo visou analisar o filme “The Sound of Music” como propulsor do turismo na cidade de Salzburg na Áustria, por meio de suas locações. Utilizou-se uma metodologia qualitativa, que teve por instrumentos de pesquisa o levantamento bibliográfico e documental em bases de periódicos nacionais e internacionais, um estudo de caso, sob as análises fílmica, descritiva e analítica. Como resultados foram apontados o aumento no fluxo de turistas durante as últimas cinco décadas em Salzburg, e a importância das locações utilizadas na obra cinematográfica para a afirmação identitária austríaca na memória afetiva dos visitantes.

Palavras-chave: Turismo. Cinema. Turismo Cinematográfico.

O cenário de eventos musicais em Curitiba

Janaína Bianco Lell

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR),
janainabiancolell@gmail.com

Natalia Cristina da Silva

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR),
ncsilva009@gmail.com

Thays Cristina Domareski Ruiz

Professora Doutora em Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR),
thaysruiz@ufpr.br

RESUMO

O turismo de eventos está entre os que mais estimulam o desenvolvimento econômico em um destino turístico, atraindo os mais diversos públicos nas mais variadas épocas do ano. O presente estudo teve como objetivo identificar e mapear os locais para a realização de eventos musicais existentes em Curitiba/PR. A pesquisa se caracteriza como exploratória de abordagem qualitativa e utiliza pesquisas bibliográficas para embasar a análise dos locais de shows na cidade. O levantamento de dados ocorreu no período de 2007 a 2019. Através da pesquisa foi possível identificar os locais mais propícios para atender eventos musicais, assim como sua capacidade de público, quais foram os eventos musicais que ocorrem no período de tempo destacado e o número de pessoas em cada um desses eventos. Conclui-se que, apesar dos espaços suprirem a demanda atual, é preciso buscar uma melhoria tanto no viés físico-estrutural quanto competitivo.

Palavras-chave: Turismo de Eventos. Eventos Musicais. Espaços de Eventos. Curitiba.

Bens patrimoniais tombados do litoral do Paraná e o turismo: estudos preliminares

Alini Nunes de Oliveira

Doutora em Geografia, pós-doutoranda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), e-mail: alini_nunes@hotmail.com

RESUMO

Um bem não é patrimonial por si só. Ele precisa ser reconhecido e fazer sentido como tal, estando sujeito a redefinições por realidades culturais diferentes. Esta valorização pode partir tanto da população local, detentora destes bens, quanto dos turistas que os visitam. O encontro entre visitantes e visitados, juntamente com seus bens patrimoniais, materiais e imateriais, pode proporcionar aos turistas ricas experiências. Os objetivos da pesquisa são compreender de que forma o turismo pode contribuir com a valorização do patrimônio do litoral do Paraná e apresentar os bens patrimoniais tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) e pela Coordenação do Patrimônio Cultural (CPC) da Secretaria de Estado da Cultura localizados nos municípios desta região. O litoral do Paraná, com sua diversidade de atrativos naturais, também apresenta bens culturais que podem ser colocados em evidência em itinerários turísticos que abarquem algo além do turismo de sol e praia.

Palavras-chave: Bens patrimoniais. Turismo. Litoral do Paraná.

Turismo e cultura: percepção de autenticidade do artesanato Amapaense

Elloane Carinie Gomes e Silva

Designer de Produto (UEAP). Mestre em Turismo e Hotelaria (UNIVALI). E-mail: elloane.carinie@gmail.com

Bruno de Oliveira da Silva

Graduado e Pós-Graduado em Marketing (UNINTER). Graduado, Mestre e Doutorando em Turismo e Hotelaria (UNIVALI). E-mail: portalbruno.oliveira@gmail.com

Diva de Mello Rossini

Docente e Pesquisadora da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). E-mail: divarossini@univali.br

RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi identificar como os diferentes tipos de artesanato amapaense são percebidos como produtos turísticos autênticos a partir da percepção de gestores e artesãos ligados à organização de feiras de artesanato itinerantes no Amapá. Esta pesquisa adotou uma abordagem qualitativa e a coleta de dados foi realizada por meio de um questionário *online* e presencial, com resultados obtidos por meio da análise de conteúdo. Os resultados sugeriram uma tendência para uma percepção de autenticidade ligada a: (1) identidade institucional, (2) autenticidade socialmente construída e (3) identificação cultural, apontadas na literatura. Este estudo explora a percepção de autenticidade dos gestores e artesãos por serem os grupos responsáveis pela organização das feiras, conseqüentemente, as implicações podem servir como uma referência para o manejo do artesanato local, considerando não só o lado da demanda (turistas) da experiência turística autêntica, mas também o da oferta (comunidade anfitriã).

Palavras-chave: Turismo. Autenticidade. Artesanato Amapaense. Percepção

Uma análise da relação entre museus itinerantes e patrimônio cultural

Eduarda Cividini Pagnussat

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR),
cividinieduarda@gmail.com.

Milena Gehring Nascimento

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR),
milenegehringnascimento@gmail.com.

Natalia Cristina da Silva

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR),
ncsilva009@gmail.com.

Brendha Stacy Rangel

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR),
brendhastacy@gmail.com.

RESUMO

Museus itinerantes são entendidos como museus que possuem grande mobilidade e são acessíveis para um público diverso, trazendo, de forma interativa e inovadora, o conhecimento através de meios alternativos aos comumente utilizados em museus tradicionais. O objetivo da pesquisa é analisar o conceito de museus itinerantes e sua relação com patrimônio cultural e interpretação patrimonial. Para isso, foi utilizada uma pesquisa bibliográfica qualitativa e uma análise bibliométrica sobre o termo “museus itinerantes”. A partir dos resultados, conclui-se que os museus itinerantes são de extrema importância para a interpretação patrimonial, uma vez que utilizam-se da interatividade e da tecnologia para atingir um público que de outra maneira não teria acesso à museus tradicionais.

Palavras-chave: Turismo. Museu Itinerante. Patrimônio Cultural. Turismo Cultural.

Influência cultural açoriana nas estratégias de comunicação: análise dos meios de hospedagem da região central de Laguna (SC)

Atauan Gomes Gonçalves

Aluno do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal Catarinense (IFC), Campus Avançado Sombrio, SC, e-mail: atauangms@gmail.com.

Lays Roxo Camilo

Aluna do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal Catarinense (IFC), Campus Avançado Sombrio, SC, e-mail: laysroxo15@gmail.com.

Ana Paula dos Santos Porto

Tecnóloga em Gestão de Turismo, Professora orientadora, Instituto Federal Catarinense (IFC), Campus Avançado Sombrio, SC, e-mail: ana.porto@ifc.edu.br.

Marcos Juvêncio de Moraes

Doutor em História, Professor coorientador, Instituto Federal Catarinense (IFC), Campus Avançado Sombrio, SC, e-mail: marcos.demoraes@ifc.edu.br.

RESUMO

Uma comunicação de marketing que insira a cultura local em seu contexto pode trazer uma série de benefícios para o MH e destino, como a valorização e conscientização histórico-cultural e o maior interesse dos consumidores. Porém, há atualmente um cenário diverso em municípios históricos, onde os patrimônios são utilizados de uma forma aculturada e mercantilizada. Desta maneira, este resumo busca identificar se a cultura açoriana influencia as estratégias de comunicação de marketing dos meios de hospedagem (MH's) da região central de Laguna (SC). Trata-se de uma pesquisa exploratória de abordagem qualitativa, onde através de um questionário semiaberto aplicado aos gestores foi possível analisar que uma pequena parte dos MH's utilizam a cultura açoriana como estratégia de comunicação de marketing. Portanto, cabe aos MH's conhecerem mais sobre os aspectos culturais da cidade para que possam utilizar em suas estratégias, para que assim a cultura açoriana seja mais difundida e preservada.

Palavras-chave: Comunicação de Marketing. Cultura Açoriana. Mercantilização.

A Mercantilização do turismo cultural no Brasil

Luiza Stopasolla Pinto

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR),
lustopasolla@gmail.com

Natalia Cristina da Silva

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR),
ncsilva009@gmail.com

Milena Gehring Nascimento

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR),
milengehringnascimento@gmail.com

RESUMO

O turismo cultural é uma atividade que proporciona uma proximidade do turista com o patrimônio cultural material e imaterial de um povo, com intuito de conhecer seus hábitos e costumes. O presente artigo buscou, através de uma pesquisa bibliográfica, analisar as consequências da mercantilização cultural pelo turismo no Brasil, a fim de compreender os impactos que essa atividade traz para a localidade. Os resultados obtidos mostraram que a atividade turística, em algumas localidades, pode interferir no modo como a comunidade se vê, alterando sua vivência e criando uma prática de turismo cultural que foge da realidade local. Para evitar isso, é proposto que a ideia de praticar turismo parta da comunidade em si, sempre levando em consideração seus interesses e objetivos.

Palavras-chave: Turismo. Cultura. Turismo Cultural. Mercantilização. Brasil.

A atuação profissional da mulher no turismo gastronômico no bairro de Santa Felicidade.

Amanda Beatriz Cardoso de Faria

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná. amandabeatriz@ufpr.br

Amanda Marcondes de Oliveira

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná.
amandamarcondes@ufpr.com

Júlia Lueneberger Kauling da Silva

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná. juliakaulingg@gmail.com

Stella Antoniazzi Gardolinski

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná. stella.gardolinski@ufpr.br

RESUMO

O turismo gastronômico é um importante segmento do turismo, pois com ele surge a possibilidade de aumento de demanda e conseqüentemente crescimento da economia. A atuação das mulheres no mercado gastronômico é algo que vêm crescendo, mas que ainda enfrenta dificuldades. O artigo tem como objetivo analisar a atuação profissional da mulher em dois restaurantes de Santa Felicidade, bem como sua evolução e crescimento dentro dos estabelecimentos. Para chegar aos resultados foram aplicados dois questionários, aos donos dos restaurantes e funcionários. Como resultado observou-se a desigualdade de gênero em um estabelecimento, e a existência de casos de assédio dentro dos restaurantes.

Palavras-chave: Turismo. Mulheres. Mercado Gastronômico. Santa Felicidade.

In vino, drama: análise sensorial de um evento com degustação de vinho

André Luiz Mendes Araujo

Aluno do Curso de Tecnologia em Eventos do Instituto Federal de Brasília – IFB
andre.araujo@estudante.ifb.edu.br

Luiz Daniel Muniz Junqueira

Doutor em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI/SC
Professor do Instituto Federal de Brasília – IFB
luiz.junqueira@ifb.edu.br

RESUMO

O objetivo deste estudo foi analisar a percepção sensorial da plateia da apresentação teatral com degustação de vinho do projeto “Osdramátikos”, em Brasília/DF. O grupo faz uma série de leituras dramáticas semanais, acompanhadas de degustação de vinho pelo público e pelos atores. Como método de pesquisa adotou-se a corrente Fenomenológica com abordagem qualitativa e caráter exploratório, por meio das técnicas bibliográficas, documentais, estudo de caso e entrevistas. Foram analisados aspectos subjetivos da experiência sensorial vivida pelo público, sendo estimulados a relatarem suas impressões e sensações sobre o conteúdo cultural e a sua vivência sensorial. A análise dos dados permitiu concluir que houve significativa adesão à proposta da degustação de vinho do projeto, com significativa valoração da experiência relatada, apontando para a necessidade de novos estudos sobre a relação do vinho com a cultura e suas possíveis narrativas ao envolvimento cultural das pessoas.

Palavras-chave: Evento. Vinho. Experiência sensorial.

Relações de hospitalidade e turismo no slow food: uma análise no espaço cotidiano da região sul do Brasil.

Vander Valduga

Bacharel e Mestre em Turismo, Doutor em Geografia, Pós-otor em Hospitalidade. Universidade Federal do Paraná. vandervalduga@gmail.com

Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes Minasse

Bacharel em Turismo, Mestre em Sociologia, Doutora em História. Universidade Anhembi Morumbi. mariegimenes@gmail.com

RESUMO

O Brasil tem 65 convívios Slow Food. O estudo foi feito nos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, com 13 convívios pesquisados. O objetivo central da pesquisa é analisar o Slow Food e suas relações com o espaço cotidiano da hospitalidade e do turismo no Brasil. A metodologia é qualitativa, com uso de questionários. Os principais resultados mostraram que as ações do movimento ocorrem com base em redes, convivialidade solidariedade, manifestadas pelo voluntarismo das ações de seus membros. Identificou-se uma centralização de recursos e informações pelo Slow Food internacional e pouco apoio aos convívios em escala local. As relações com turismo se mostraram indiretas, por intermédio das ações de inserção dos produtos nas cadeias de distribuição dos membros dos convívios, porém com ações e projetos com base no resgate de saberes, no fortalecimento dos lugares, na valorização e reafirmação de identidades no espaço social alimentar.

Palavras-chave: Slow Food. Hospitalidade. Lugar. Turismo. Brasil.

Os doces campeiros oriundos da cultura gaúcha

Jacqueline Valle de Bairros

Graduanda em Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas, jakkebairros@hotmail.com

Mateus Constante de Oliveira

Graduando em Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas,
mateus.constante.o@gmail.com

Ana Carolina Picanço Domingues

Graduanda em Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas,
anacarinadomingues2311@gmail.com

Nathali Celestino Semzack

Graduanda em Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas, semzacknats@gmail.com

Cristiane Berselli

Prof. Mestre em Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pelotas,
cristiane.berselli@gmail.com

RESUMO

A alimentação como patrimônio cultural está ligada à história e às tradições culturais de toda uma comunidade, influenciados por convicções, valores, religião, clima, localização, economia, crenças, etc. O objetivo deste estudo foi de proporcionar uma maior reflexão acerca da doceria tradicional e campeira oriunda do Rio Grande do Sul, nos aspectos que mesclam suas origens, história e identidade. Foi realizada uma revisão na literatura científica de estudos que associem doces típicos gaúchos. Os doces tidos como tradicionais da cultura gaúcha são: arroz doce, ambrosia e sagu. Estas preparações partem de uma miscegenação de etnias, no qual herdou-se ingredientes oriundos de diferentes localidades. Embora, tenham poucos estudos na área que abordem este tema, salienta-se a importância de se saber mais sobre a origem destes doces, visando a contribuição destes, para o desenvolvimento do turismo gastronômico, possibilitando o fortalecimento da economia local e motivando os nativos na valorização do “saber fazer”.

Palavras-chave: Doces. Gaúcho. Tradição.

**GRUPO TEMÁTICO – EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL
NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**

Análise do mercado de eventos no litoral norte gaúcho

Ana Lúcia Olegário Saraiva

Doutora em Turismo e Hotelaria, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Rio Grande do Sul – Campus Osório. ana.saraiva@osorio.ifrs.edu.br

Patrícia Prochnow

Mestre em Educação, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Rio Grande do Sul – Campus Osório. patricia.prochnow@osorio.ifrs.edu.br

Maximilianus Andrey Pontes Pinent

Mestre em Desenvolvimento Regional. maximilianus.pinent@gmail.com

Isadora Taylos Munari

Acadêmica do curso técnico integrado em Informática, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Rio Grande do Sul – Campus Osório. isa123munari@outlook.com

RESUMO

O segmento de eventos é considerado uma das modalidades mais relevantes do Turismo no mundo, por gerar inúmeros benefícios aos atores envolvidos. O objetivo do estudo é analisar o mercado de eventos no Litoral Norte Gaúcho, através do mapeamento dos espaços e empresas organizadoras de eventos, em cinco municípios: Santo Antônio da Patrulha, Osório, Capão da Canoa, Tramandaí e Torres. É uma pesquisa de natureza aplicada, de abordagem quanti/qualitativa. A pesquisa está estruturada em etapas exploratória e descritiva. Como delineamento, as estratégias são: pesquisa bibliográfica, documental e levantamento. Para coleta de dados são utilizadas a busca em fontes secundárias e primárias e aplicação de instrumento de pesquisa junto aos espaços e empresas organizadoras de eventos. Os primeiros resultados da pesquisa estão debruçados sobre a pesquisa bibliográfica realizada em conformidade com o Tesouro Brasileiro do Turismo, pesquisa documental sobre o Cadastur e o levantamento das entidades associativas da região.

Palavras-chave: Turismo. Eventos. Mercado.

Análise das práticas do laboratório de turismo e hospitalidade: os múltiplos olhares

Ana Lúcia Olegário Saraiva

Doutora em Turismo e Hotelaria, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Rio Grande do Sul – Campus Osório. ana.saraiva@osorio.ifrs.edu.br

Bianca Pugen

Doutora em Desenvolvimento Regional, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Rio Grande do Sul – Campus Osório. bianca.pugen@osorio.ifrs.edu.br

Patrícia Prochnow

Mestre em Educação, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Rio Grande do Sul – Campus Osório. patricia.prochnow@osorio.ifrs.edu.br

Marlene Dieterich

Acadêmica do curso técnico em Panificação. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Rio Grande do Sul – Campus Osório. marlenecoelho2019@gmail.com

RESUMO

A formação em Turismo, Hospitalidade e Lazer, em especial na área de Eventos, requer o desenvolvimento de competências, conhecimentos, habilidades e atitudes que contemplem uma formação teórico-prática que amplie as aptidões para atuação profissional. Neste sentido, avaliar a oferta das práticas de ensino, pesquisa e extensão, nas formas de realização, organização e/ou apoio em eventos, realizadas pelo Laboratório de Turismo e Hospitalidade, espaço voltado para docentes e discentes dos cursos do Eixo Tecnológico de Turismo, Hospitalidade e Lazer do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Rio Grande do Sul – campus Osório é o objetivo deste estudo. Como resultados das análises das experiências oportunizadas para a comunidade interna e externa – público participante, bolsistas de ensino e docentes, tem-se uma avaliação considerada muito satisfatória, o que corrobora para o desenvolvimento de conhecimentos, de saberes e de competências profissionais e pessoais requeridas pela natureza do trabalho em Turismo e Hospitalidade.

Palavras-chave: Turismo. Competências. Práticas.

Responsabilidade social: percepção de acadêmicos de uma universidade da região do Vale do Itajaí/SC.

Lara Luiza Borges Becker

Bacharel em Gastronomia e Mestranda em Turismo e Hotelaria, UNIVALI
lara_lbbecker@hotmail.com

Silvana Grazina Ricciardi.

Bacharel em Gastronomia. UNIVALI. silvanaricciardi1998@gmail.com
Adilene Alvares Mattia.
Doutora em Desenvolvimento Regional. UNIVALI.amattia@univali.br

RESUMO

A responsabilidade social está relacionado com ao desenvolvimento de estratégias empresariais que buscam benefício da sociedade, e como o meio acadêmico absorve e compreender essas praticas. Este estudo tem como objetivo identificar como as crenças com relação a responsabilidade social das empresas se relacionam com o comportamento socialmente responsável. Essa pesquisa foi desenvolvida em duas fases distintas. A primeira, de natureza exploratória e qualitativa, com o propósito de gerar os indicadores que forneceram a base para a elaboração do instrumento de coleta de dados a serem mensurados. A segunda fase, de natureza descritiva e quantitativa, destina-se a mensurar os dados coletados. Este trabalho contribuiu com dois aspectos fundamentais: primeiro com relação a teoria, espera-se a partir da comprovação ou não de algumas hipóteses apresentar contribuições para o entendimento do consumo consciente; segundo com relação à prática do consumo consciente e da Responsabilidade Social. A partir do questionário de 22 questões referentes a escala ECBB. Os resultados obtidos a partir do questionamento sobre responsabilidade social identificou-se que a preocupação de (69%) é com a sustentabilidade social (cuidar da sociedade, busca pelo bem coletivo, cuidado social, etc..).

Palavras-chave: Percepção de Dicentes; Responsabilidade Social, Responsabilidade de consumo.

Competências na formação em gastronomia: Análises bibliométricas das bases de dados EBSCO, *Web of Science* e *Scopus*.

Douglas Ricardo Vogel

Mestrando em Turismo e Hotelaria (UNIVALI) e Bacharel em Gastronomia (ESTÁCIO),
Universidade do Vale do Itajaí – vogel_tdb@hotmail.com

Ana Paula Lisboa Sohn

Doutora em Engenharia de Produção (UFSC) e Docente na Universidade do Vale do
Itajaí, UNIVALI – anasohn@hotmail.com

RESUMO

O objetivo deste estudo é mapear em bases de dados, características das publicações científicas relacionadas a formação em Gastronomia e a teoria das competências. A metodologia consiste nas análises bibliométricas co-word, co-citation, citation e co-author, além da geração de mapas de visualização no software VOSviewer. Os resultados são 17 publicações, 12 periódicos, 37 autores, 9 países, 46 palavras-chave e 623 referências. A base Scopus é a que retorna mais resultados, os termos profícuos para busca são *competencies* e *culinary arts*. Os anos mais importantes, de quantidade de publicações, são 2016 e 2017. As principais fontes são o Culinary Science & Technology e Hospitality & Tourism Education. As pesquisas no tema são pautadas nas relações laborais dos sujeitos, isto é, no contexto em que exercem a sua formação. Autores americanos lideram o ranking de publicações, mas não são os mais citados e nenhuma relação foi encontrada nos vínculos institucionais destes autores.

Palavras-chave: Competências; Formação em Gastronomia; Bibliometria.

**Estágio doutoral de turismo e hotelaria no curso de gastronomia da Univali:
intercambio cultural e de sabores das culinárias açoriana, nortista e nordestina.**

Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves Martins

Bacharel em Turismo – Faculdade Objetivo, Mestre em Gestão de Negócios Turísticos -
UECE, Doutoranda em Turismo e Hotelaria - UNIVALI, Universidade do Estado do
Amazonas -UEA, camenezes@uea.edu.br

Cláudia Alessandra Poffo

Tecnóloga em Gastronomia- UNIVALI, Especialista em Padrões de Qualidade na
Produção e Serviço e em Magistério Superior, Mestre em Turismo e Hotelaria -
UNIVALI, Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, claudia_poffo@univali.br

Ana Carolina Schwinden

Bacharel em Gastronomia-UNIVALI, Especialista em Metodologia do Ensino na
Educação Superior – UNINTER, Mestranda em Turismo e Hotelaria – UNIVALI,
Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI, ana.carolina@univali.br

RESUMO

A necessidade de se conhecer as culinárias praticadas no Brasil é uma oportunidade para saber melhor quem somos e o que comemos. Este trabalho é resultado do estágio doutoral realizado na Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Campus Balneário Camboriú-SC, em agosto de 2019, durante a oferta da disciplina Culinária Brasileira e Regional, oferecido pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior-CAPEL. O enfoque foi o aprofundamento dos aspectos conceituais e práticos relacionados à gastronomia brasileira, ressaltando os insumos característicos de cada região, seus preparos e pratos representativos. Este resumo tem como propósito apresentar as atividades realizadas, o intercambio em relação aos insumos da região Norte do país através da realização de uma oficina de um prato do estado do Amazonas, o X-Caboquinho que é uma iguaria da região Norte e troca de experiências com pesquisadores, discentes e empreendedores locais. Assim, verificou-se a necessidade da difusão de informações e pesquisas sobre a gastronomia brasileira, tendo em vista que se constatou que vários insumos e receitas de outros estados, não são conhecidas pelos pesquisadores.

Palavras-chave: Estágio doutoral; Gastronomia; Experiencia.

Qualificação profissional na gastronomia: Análise do perfil dos trabalhadores em negócios de A&B no município de Joinville/SC

Gabriel Furlan Coletti

Mestre em Economia (UNESP – FCLAr), Centro Universitário Senac – *campus* Águas de São Pedro (SP),email: gabriel.fcoletti@sp.senac.br

RESUMO

O trabalho tem como objetivo investigar o perfil profissional dos trabalhadores em negócios de alimentação na cidade de Joinville (SC). A motivação para realização dessa investigação se baseia em dois pontos: primeiro, pelo aumento da oferta dos cursos de gastronomia no estado e no país, e, segundo, pela importância do município para atividade turística em SC. De natureza exploratória, a pesquisa foi realizada entre março e junho de 2018. Para o levantamento dos dados, adotou-se o emprego de questionário fechado, aplicado a trabalhadores em negócios de alimentação, como restaurantes, bares, lanchonetes e padarias. Ao todo, somam-se 187 questionários respondidos, aplicados em 827 empresas. Observou-se que ainda há predominância de mão de obra pouco qualificada e com baixos salários, contudo esse panorama vem sendo alterado quando comparado a estudos anteriores mostrando uma parcela maior de profissionais com ensino superior cursando ou completo dentro das empresas do mercado de A&B.

Palavras-chave: Qualificação. Alimentos e Bebidas. Gastronomia. Joinville

Discrepância de gênero no mercado de trabalho em turismo no Brasil

Natália Mira Valle

Graduanda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR).
valle.mnatalia@gmail.com

Jefferson França

Graduando em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail:
jf.jeffersonfranca@gmail.com

Brendha Stacy Rangel

Graduanda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR)
brendhastacy@gmail.com

RESUMO

Historicamente a colocação profissional da mulher no mercado de trabalho sempre se diferenciou do ingresso e oportunidades dos homens. Nessa conjuntura, o presente estudo teve como objetivo analisar as discrepâncias de gênero no mercado de trabalho em turismo no Brasil. Como metodologia utilizou-se pesquisa bibliográfica e *web survey*, cujos questionários foram dirigidos para egressos de turismo no Brasil, buscando entender o mercado de trabalho em turismo em sua totalidade. Assim, tendo em vista o recorte da presente pesquisa, só foram estratificados e analisados os dados que configuravam um cenário de diferenças entre homens e mulheres no mercado de trabalho em turismo. Como principais resultados pode-se inferir que embora o cenário mercadológico da atividade turística seja composto em sua maioria por mulheres e haja progressos perceptíveis ao longo dos tempos, as perspectivas para as mulheres no mercado de trabalho são ainda discrepantes em relação aos homens.

Palavras-chave: Turismo. Mercado de Trabalho. Mulheres.

**Revisão da literatura internacional sobre turismo costeiro e imagem de destino
(2009-2019): análise bibliográfica.**

Roger Abelino Terra Silveira

Bacharelado em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande – FURG,
abelino@furg.br

Melise de Lima Pereira

Professora Adjunta da Universidade Federal do Rio Grande - FURG,
melisefurg@gmail.com

Ricardo Saraiva Frio

Professor Adjunto da Universidade Federal do Rio Grande – FURG, ricardofrio@furg.br

RESUMO

O objetivo deste trabalho é revisar a literatura internacional sobre Turismo Costeiro e Imagem de Destino, avaliando as formas de como as pesquisas vem sendo desenvolvidas sobre essas temáticas, no período de 2009 a 2019. Justifica-se a realização desta pesquisa, tendo em vista que é importante a realização de levantamento bibliográfico sobre os temas turismo costeiro e imagem de destino, em âmbito internacional, para identificar os tipos de pesquisa que deverão ser realizadas futuramente para o avanço da teoria da Imagem de Destino. A pesquisa caracteriza-se por ser exploratória, descritiva, bibliográfica, com abordagem qualitativa. Dentre os resultados encontrados, observou-se que poucos estudos relacionam diretamente o turismo costeiro e a imagem de destino. Conclui-se que é preciso realizar mais pesquisas sobre imagem de destino e turismo costeiro na percepção dos turistas.

Palavras-chave: Turismo Costeiro; Imagem de Destino; Pesquisa Bibliométrica; Bases Internacionais.

Análise da competência comunicativa em língua espanhola nos meios de hospedagem do município de Bombinhas/SC

Érica Dias Borges

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, SC, e-mail: ericaxdias@gmail.com.

Tainá Ferreira Generoso

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, SC, e-mail: taina10247@gmail.com.

Glíndia Victor

Mestre em Educação, Professora Orientadora, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, SC, e-mail: glindia.victor@ifc.edu.br.

Ana Paula dos Santos Porto

Tecnóloga em Gestão de Turismo, Professora Coorientadora, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, SC, e-mail: ana.porto@ifc.edu.br.

RESUMO

A competência comunicativa em língua estrangeira torna-se um diferencial positivo para o meio de hospedagem que investe na capacitação de seus colaboradores nesse aspecto. O presente artigo tem como principal objetivo analisar a competência comunicativa em língua espanhola dos meios de hospedagem do município de Bombinhas/SC. A pesquisa tem enfoque na importância da comunicação entre cliente e colaborador por meio do correio eletrônico, buscando verificar a capacitação de funcionários de meios de hospedagem quando solicitadas informações sobre disponibilidade, eventos e pontos turísticos do município por um cliente estrangeiro. Trata-se de uma pesquisa caracterizada como exploratória, bibliográfica e estudo de caso, com abordagem qualitativa. Como resultados, obtiveram-se, em sua maioria, respostas classificadas como “Ruim” e “Regular”, de acordo com os critérios pré-estabelecidos pelas autoras. Em vista dos resultados obtidos, pode-se afirmar que há necessidade de aprimoramento do atendimento no que tange ao idioma espanhol.

Palavras-chave: Qualidade. Idioma Espanhol. Bombinhas/SC.

Perspectiva do acadêmico de enfermagem sobre a hotelaria hospitalar em hospital da universidade

Carlos Augusto Muszynski Danelon

Acadêmico do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria; Universidade Federal de Pelotas;
gutodanelon@gmail.com

Silvia Helena Ferreira dos Santos

Acadêmica do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria; Universidade Federal de Pelotas;
shf.santos@yahoo.com.br

Michele Vasconcellos Chiattonne

Docente do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria; Universidade Federal de Pelotas;
michelechiattone@yahoo.com.br

RESUMO

A Hotelaria Hospitalar enquanto modelo de gestão deverá estar dando subsídios para a área assistencial e justamente por este motivo é pré-requisito que o hospital faça aquilo que se propõe. Essa pesquisa tem por objetivo analisar o conhecimento dos acadêmicos de enfermagem de uma instituição de ensino superior sobre a hotelaria hospitalar no local que atuam através de uma pesquisa em forma de questionário online na ferramenta google, na qual foi aplicada diretamente para esses objetos de estudo. Por meio dos resultados obtidos, concluiu-se que os acadêmicos de enfermagem analisados têm escasso conhecimento a respeito da Hotelaria Hospitalar sendo perceptível a necessidade da aproximação dos mesmos com o assunto, uma vez que os profissionais têm papel fundamental na construção de um local que se adapte à nova realidade global visando proporcionar benefícios e vantagens aos seus clientes, auxiliando na recuperação do seu estado físico e emocional.

Palavras-chave: Hotelaria Hospitalar;Enfermagem;Humanização.

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

Turismo cemiterial: um estudo sobre as experiências no cemitério da Consolação a partir do Tripadvisor

Tércio Pereira

Mestrando em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, tercio@outlook.com

Pablo Flôres Limberger

Doutor em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, pablofl@univali.br

RESUMO

Esse artigo tem como objetivo examinar a experiência do turismo cemiterial usando o modelo de economia da experiência aplicado ao Cemitério da Consolação (SP). Para isso foi realizada uma pesquisa quantitativa. Na coleta de dados utilizou-se software WebHeavy. Foi avaliado 94 comentários postado no TripAdvisor por turistas e visitantes do Cemitério da Consolação (SP) entre 2013 e 2018. Para a categorização dos comentários utilizou-se o Excel utilizando 1 para comentários positivos, 0 para ausentes ou neutros e -1 para negativos. Por fim empregou-se a Análise Regressão Linear através do SPSS (22). Os resultados mostram que as experiências são majoritariamente positivas. Dentre das quatro dimensões predominam as experiências relacionadas às dimensões educação e entretenimento, apenas a dimensão educacional teve relação significativa com a experiência. A dimensão que teve mais comentários negativos foi a estética. Além disso, emergiram novas subdimensões como: Arte tumular, personalidades, passeio histórico e cultural e arquitetura.

Palavras-chave: Cemitério; Experiências; Online Travel Reviews; TripAdvisor, Dark Tourism.

Avaliação das capacidades dinâmicas do destino turístico Balneário Camboriú (Santa Catarina) na percepção dos stakeholders.

Luiz Carlos da Silva Flores

Doutor Engenharia de Produção, UFSC, luiz.flores@univali.br

Amanda Vanderlinde Lins

Administradora, Univali, amandalins1708@hotmail.com

Thamires Folleto Fiuza

Mestre em Turismo Hotelaria, Univali, thamiresf.fiuza@gmail.com

Ilário Caubi Fraga de Andrade

Hotelaria, SENAC/RS, ilarioandrade14@gmail.com

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo avaliar as capacidades dinâmicas de Balneário Camboriú como destino indutor do turismo, na percepção dos *stakeholders*. A revisão teórica contemplou os temas destino turístico e capacidades dinâmicas. Foi adotado uma metodologia exploratória-descritiva com aplicação de questionário para coleta de dados. Como informantes foram escolhidas pessoas envolvidas e interessadas na atividade turística do destino. Para análise dos resultados foram utilizadas ferramentas da estatística descritiva simples como porcentagens, média e desvio padrão. Como resultado identificou-se que as capacidades dinâmicas percebidas pelo *stakeholders* de Balneário Camboriú são principalmente a capacidade de reconfigurar e a capacidade de detectar.

Palavras-chave: Destino turístico. Capacidade dinâmica. Vantagem competitiva.

A credibilidade e a motivação para compartilhamento nas mídias sociais na percepção dos turistas de Balneario Camboriu (SC)

Kathleen K. Brandt Silveira

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

Thamires Foletto Fiuza

Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí,
thamiresf.fiuza@gmail.com

Camila Belli Kraus

Doutoranda em Administração na Universidade Regional de Blumenau, Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí, Professora dos Cursos de Pós-Graduação na UNIASSELVI, kmlabk@gmail.com

Fabricia Durieux Zucco

Doutora em Administração pela Universidade Nove de Julho, Professora do Departamento de Comunicação da Universidade Regional de Blumenau e Programa de Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí,
fabriziazucco@hotmail.com

RESUMO

O objetivo deste estudo é identificar a percepção dos turistas de Balneário Camboriú (SC) em relação a credibilidade e a motivação para compartilhamento de informações turísticas nas mídias sociais. Realizou-se uma pesquisa de natureza exploratória, com abordagem quantitativa. Foi aplicado um questionário, com perguntas fechadas, aos turistas de Balneário Camboriú (SC) durante a temporada de verão 2018. A amostra resultou em 115 questionários válidos. A partir dos resultados coletados, as análises foram demonstradas através de médias e aplicada uma Análise Fatorial Exploratória. Os resultados evidenciam a importância da credibilidade das informações que são compartilhadas em mídias sociais e demonstram as principais motivações em compartilhar tais informações.

Palavras-chave: Mídias Sociais. Credibilidade. Motivações para Compartilhamento.

Estudos sobre leisure in parks: um olhar acadêmico nos últimos 11 anos

Francisco Irapuan Ribeiro

Bacharel e Licenciado em Educação Física – Universidade Estadual Vale do Acaraú – UVA, Sobral, CE – Mestre em Gestão de Negócios Turísticos – UECE – Doutorando em Turismo e Hotelaria – UIVALI/UEA. fribeiro@uea.edu.br

Luiz Carlos da Silva Flores

Graduação em Administração – UFSC Mestrado em Administração – Doutorado em Engenharia de Produção – UFSC – Pós-Doutorado – Universidade do Algarve, UALG, Portugal. luiz.flores@univali.br

RESUMO

Com objetivo de apresentar os principais estudos acadêmicos sobre lazer em parques nos últimos 11 anos, foi realizado um recorte do estudo bibliométrico na base de dados Elton Bryson Stephens Company – EBSCO. Para tanto, a temática do lazer em parque foi o norte para os tópicos da pesquisa bibliométrica, dispostos de acordo com os assuntos, periódicos e países onde têm sido realizados estudos nesse âmbito. Na sequência, foi empreendida uma discussão que oportuniza identificar as principais áreas afins. Por fim, chegou-se a conclusão de que os estudos sobre lazer em parques identificados estão voltados para a gestão de parques urbanos, bem como para o turismo e lazer.

Palavras-chave: Lazer. Parque. Turismo. Bibliometria.

Caracterização do marketing de conteúdo gastronômico nas mídias sociais, em Balneário Camboriú (SC/Brasil)

Adilene Alvares Mattia

Univali, Doutora em Desenvolvimento Regional – UNISC amattia@univali.br

Escola de Artes, Comunicação e Hospitalidade

Docente dos Cursos de Gastronomia e Turismo e Hotelaria

Luciane Orlandini Cunha

Graduanda em Gastronomia – UNIVALI lucianeorlandini@gmail.com

RESUMO

As redes sociais são as maiores fontes de informação e o marketing digital já é considerado o marketing do novo milênio, utilizando-se da internet para expandir e estreitar a relação entre empreendimentos e clientes. Este estudo aborda o uso das mídias sociais, como ferramentas da internet utilizadas para desenvolver estratégias de comunicação. O objetivo é caracterizar como o marketing de conteúdo e as novas mídias sociais são explorados pelo setor gastronômico, a fim de identificar os conteúdos disponibilizados com a intenção de informar, entreter e educar, incentivando as pessoas a conhecerem e respeitarem a marca. A pesquisa quanto aos fins é do tipo descritivo e exploratório, pois descreve as estratégias de marketing de conteúdo, através das mídias sociais, que são utilizadas pela restauração, utilizando-se levantamento bibliográfico e análise de exemplos. Quanto aos resultados parciais, destaca-se a pequena utilização de marketing de conteúdo, sobressaindo-se o apelo visual e descrição de ingredientes.

Palavras-chave: Marketing de conteúdo. Gastronomia. Mídias sociais.

Afinal, quanto custa a refeição no parque do Urubuí?

Aldenôr de Araújo Leite

Graduando no Curso de Tecnologia em Gestão Comercial – Universidade do Estado do Amazonas – UEA, denorleite@gmail.com

José Augusto dos Santos Pádua

Graduando no Curso de Tecnologia em Gestão Comercial – Universidade do Estado do Amazonas – UEA, jose_gusto17@hotmail.com

Daniel Pereira da Silva

Graduando no Curso de Tecnologia em Gestão Comercial – Universidade do Estado do Amazonas – UEA, danyel.log@gmail.com

Francisco Irapuan Ribeiro

Bacharel e Licenciado em Educação Física – Universidade Estadual Vale do Acaraú – UVA, Sobral, CE – Mestre em Gestão de Negócios Turísticos – UECE – Doutorando em Turismo e Hotelaria – UIVALI/UEA. fribeiro@uea.edu.br

Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves Martins

Bacharel em Turismo – Faculdade Objetivo, Mestre em Gestão de Negócios Turísticos - UECE, Doutoranda em Turismo e Hotelaria - UIVALI, Universidade do Estado do Amazonas -UEA, camenezes@uea.edu.br

RESUMO

Com objetivo de analisar a prática de preços realizadas nos restaurantes do Parque Natural Municipal do urubui em Presidente Figueiredo, AM, foi realizada uma análise documental nos cardápios de 10 dos 13 restaurantes que se encontram no corredor gastronômico do mesmo. Os resultados demonstraram que, embora todos os restaurantes tenham cardápios, há diversos produtos que não são ofertados nos mesmos. Entre os casos mais explicitos está o preço de prato de aves para 02 pessoas que, mesmo havendo essa opção nos restaurantes, em nenhum deles está exposto no cardápio. Conclui-se portanto, que a falta de clareza na descrição dos produtos nos cardápios pode conferir caráter duvidoso nos valores cobrados pelas refeições nesses estabelecimentos.

Palavras-chave: Preço. Parque. Turismo.

Vantagens e desvantagens da automatização dos serviços na área de A&B

Graciela Ferreira Borges

Curso Superior em Tecnologia em Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas,
gracielaborges28@gmail.com

Alisson do Amaral Barros

Curso Superior em Tecnologia em Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas,
alissonbarros11@hotmail.com

RESUMO

Este artigo tem a intenção de descobrir qual é a relação dos clientes de ambientes de A&B com os serviços automatizados oferecidos pelos empreendimentos, e avaliar o que é levado em consideração aos proprietários a instalação desse tipo de serviço. A fim de avaliar os pontos que se fazem determinantes na escolha de tipos de equipamentos e utilizar, e a praticidade e facilidade dos clientes em usar os serviços, levando em conta a inovação e estratégia de fidelizar o cliente. Realizou-se um questionário em um de pelotas escolhido de acordo da automatização implementada no estabelecimento. O questionário foi aplicado para clientes que já haviam frequentado e tiveram contato com esse tipo de automatização do ambiente previamente. Pelo ponto de vista dos clientes, notou-se que a automação do estabelecimento é um diferencial e faz parte da proposta do estabelecimento avaliado. A partir dessa análise pode-se concluir que a automatização do ambiente junto os serviços oferecidos ajudam a fidelizar o cliente.

Palavras-chave: Automatização, Serviços de A&B, Fidelização de clientes, Inovação.

Restaurantes self-service na cidade de Pelotas/RS: um estudo de caso

Paula Pinheiro Mussi

Graduada em Gastronomia, Universidade Federal de Pelotas, ppinheiro.mussi@gmail.com

Grazielle Younan Soca

Graduanda em Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas, younangs@gmail.com

Cristiane Berselli

Mestra em Turismo e Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas, cristiane.berselli@gmail.com

RESUMO

Este estudo trata sobre a forma de precificação dos restaurantes self service na cidade de Pelotas-RS. A cidade recebe turistas e estudantes de diversas localidades do Brasil com o objetivo de estudar em uma das instituições de ensino do município. Nesse cenário, as empresas de serviços de alimentação procuram conhecer as necessidades e expectativas dos clientes, aproximando-se e identificando os principais alimentos e preparos que mais são procurados por seu público. Deste modo, este estudo tem como objetivo geral analisar como é feita a precificação dos restaurantes centrais da cidade. Os objetivos específicos são identificar quais os elementos são utilizados para contribuir na precificação; verificar se os restaurantes possuem profissionais qualificados para operarem o sistema e observar os dados do empreendimento. Como resultado, os restaurantes de Pelotas possuem como método de precificação os custos e na maioria dos estabelecimentos eles não possuem um sistema adequado para fazer este controle.

Palavras-chave: Custos; Self-Service; Pelotas; Restaurantes

A feira nacional do doce (Fenadoce) em Pelotas/RS: registro de visitantes de 2016 a 2019.

Paula Pinheiro Mussi

Graduada em Gastronomia, Universidade Federal de Pelotas,
ppinheiro.mussi@gmail.com

Charlene Brum Del Puerto

Graduada em Turismo, Universidade Federal de Pelotas,
charlenedelpuerto@bol.com.br

RESUMO

Este trabalho expõe dados sobre a Feira Nacional do Doce realizada em Pelotas relativos à origem dos visitantes e o número de excursões e excursionistas registrados em um dos portões de entrada da cidade, neste caso, Avenida Pinheiro Machado, bem como nos Centro de Atendimento ao Turista (CAT). Para tanto, foram utilizados os dados fornecidos pela Secretaria de Desenvolvimento, Turismo e Inovação (SDETI) e que se referem do período de 2016 a 2019. Os dados indicam que há um aumento significativo de visitantes à feira tendo como consequência, a visitação aos atrativos da cidade. O trabalho indica a importância do registro de dados para a qualificação dos produtos e serviços prestados.

Palavras-chave: Eventos, Fenadoce, Turismo, Pelotas/RS

Aceitabilidade do público geral em relação ao turismo espacial

Nelisa Keiko Arakaki Neves

Jean da Silva

Anna Carolina Marques de Moura

Athos Henrique Teixeira

Professor no curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí

RESUMO

O turismo é um setor em constante inovação, destacando-se nele os meios de transportes, responsáveis pelo deslocamento dos turistas. O Brasil destacou-se na história dos transportes com o avião de Santos Dumont, o 14-Bis, apresentando grande colaboração no desenvolvimento dos transportes aéreos e espaciais. O nicho do turismo espacial tem progredido devido aos avanços da tecnologia e informação. Portanto, considerou-se como objetivo deste artigo, identificar a aceitabilidade do público em relação ao mesmo. Utilizou-se da pesquisa de levantamento, cuja amostra foi definida por conveniência e acesso. Obteve-se respostas de 198 pessoas, possibilitando comparar dados com pesquisas já elaboradas sobre a temática e cruzá-los para conhecer o interesse sobre a oferta e perfil do entrevistado. Resultados apontaram que a atividade está relacionada ao turismo de aventura, devido aos riscos e sensações, tendo 88% dos entrevistados interessados em viajar ao espaço, como motivações a curiosidade e busca por novas experiências.

Palavras-chave: Transportes. Turismo de aventura. Turismo espacial.

**Experiências memoráveis dos hóspedes de um camping glamoroso: O caso do
Glamping Mangarito de Iporanga - SP.**

Júlia Castanho Maciel

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: juc.maciel15@gmail.com

Thômaz Paródia Gonçalves Rodrigues

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: rodrigues.thomazparodia@gmail.com

Kênia Zanella

Mestra em Turismo e Hotelaria, Professora Orientadora, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: kenia.zanella@ifc.edu.br.

Fabício Cesar Dias

Doutor em Biologia Celular e Molecular, Tecnólogo em Gastronomia, Professor Coordenador, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: fabricio.dias@ifc.edu.br.

RESUMO

Com o avanço do mercado turístico e evolução do ramo hoteleiro, os empreendedores se veem frente a um novo desafio, que é o de oferecer um serviço inédito. Neste contexto, percebe-se a experiência como um diferencial a ser ofertado. Este estudo tem como objetivo analisar as experiências memoráveis oferecidas pelo glamping Mangarito, localizado em Iporanga (SP). Trata-se de uma pesquisa qualitativa e exploratória, tendo como procedimento técnico a análise dos comentários dos hóspedes nas plataformas digitais, com base nas quatro dimensões da experiência, de Pine e Gilmore (1998). Para a análise de dados utilizou-se da hermenêutica. Como principal resultado constatou-se a presença majoritária das dimensões estética e escapismo. O estudo trouxe, ainda, duas novas dimensões, denominadas de experiência gastronômica e experiência geográfica.

Palavras-chave: Turismo de experiência. Dimensões. Comentários.

TURISMO DE EXPERIÊNCIA NO ENOTURISMO – UM ESTUDO DE CASO DO HOTEL MONVERDE EM AMARANTE, PORTUGAL

Lara Elisa Stange

Gastronomia, Universidade do Vale do Itajaí

lara.elisa.2311@gmail.com

Rosana Arruda Cruz

Doutoranda em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI

E-mail: rosana@univali.br

RESUMO

O turismo de experiência apresenta várias definições, assim como o turismo cultural. Intencionando obter uma definição para estes, surge a possibilidade de desenvolver e compreender o enoturismo no turismo de experiência, utilizando como objeto de estudo o hotel Monverde localizado na cidade de Amarante, Portugal. O trabalho propõe a realizar uma investigação acerca da definição de turismo de experiência e como o hotel Monverde enquadra-se nesse conceito. O estudo identificou o enoturismo como uma forma de desenvolvimento do turismo rural e experiências memoráveis, bem como, ser um exemplo para a especialização de um serviço hoteleiro, e também uma forma de criar algo inovador que desperte o maior interesse do público. Ressalta-se a escassez de bibliografia sobre o tema em questão, logo, este trabalho contribui para o aumento de uma bibliografia especializada. Conclui-se que o turismo de experiência no enoturismo é uma realidade no hotel Monverde. O turismo de experiência busca por experiências autênticas, culturais, valoriza o serviço especializado e busca pela diferenciação dentro do ramo hoteleiro.

Palavras-chave: Turismo de experiência. Turismo cultural. Enoturismo. Hotel Monverde.

Determinantes da satisfação dos hóspedes em relação à qualidade dos serviços hoteleiros nos eco-hotéis de Praia Grande/SC e Cambará do Sul/RS

Ana Carolina da Silva Pereira

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: carolina.anasp06@gmail.com.

Eduarda Pires da Silva

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: eduardapires1@gmail.com.

Kênia Zanella

Mestra em Turismo e Hotelaria, Professora Orientadora, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: kenia.zanella@ifc.edu.br.

Leila Maria Vasquez Beltrão

Doutora em Geografia, Professora Coorientadora, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: leila.beltrao@ifc.edu.br

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo avaliar a satisfação dos hóspedes em dois MHs (meios de hospedagem) ecológicos de Praia Grande/SC e Cambará do Sul/RS. Trata-se de uma pesquisa quali-quantitativa e exploratória. Foram aplicados 52 questionários aos hóspedes, utilizando-se da ferramenta Tourqual, sendo os dados apresentados por meio de estatística descritiva. Os gestores de ambos os meios de hospedagem também foram entrevistados. Como resultados, constatou-se que o MH de Cambará do Sul/RS obteve médias superiores ao de Praia Grande/SC, pois utilizam uma certificadora, conhecida como ABNT NBR 15.401 sendo ela de Gestão Hoteleira Sustentável que padroniza seus serviços, enquanto o MH de Praia Grande/SC não segue tal padrão, apesar de buscar estruturar seus serviços. Os indicadores que tiveram maiores pontuações foram ambiente, elemento humano e experiência e as menores foram acesso segurança e qualidade técnica nos dois MHs.

Palavras-chave: Percepção da qualidade. Tourqual. Hotéis ecológicos.

Habilidades e competências nos setores de reservas e recepção: Um estudo de caso em um hotel de rede em Criciúma-SC.

Camila da Rosa Antônio

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: camiladarosaantonio@gmail.com.

Maria Gabriela de Andrade de Souza

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: mariagabrielaandradedesouza@gmail.com.

Kênia Zanella

Mestra em Turismo e Hotelaria, Professora Orientadora, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: kenia.zanella@ifc.edu.br.

Tereza Cristina Benevenuto Lautério

Mestra em Música, Professora Coorientadora, Instituto Federal Catarinense (IFC), *Campus* Avançado Sombrio, e-mail: tereza.lauterio@ifc.edu.br.

RESUMO

O objetivo geral deste resumo expandido é verificar a importância do desenvolvimento de competências dos funcionários do setor de reservas e recepção, na visão dos colaboradores de um hotel de rede em Criciúma - SC. Para alcançar o objetivo proposto, foi realizada uma pesquisa descritiva, qualitativa e exploratória. Os dados foram coletados por meio de entrevistas estruturadas com os funcionários dos setores de reserva e recepção e com a gerência do hotel. Os resultados mostraram que o hotel participante da pesquisa oferece treinamento a seus funcionários, como forma de aperfeiçoamento e desenvolvimento de competências, e colaboradores e gerência apresentaram a mesma perspectiva e confirmam a importância do treinamento para a oferta de serviços com mais qualidade.

Palavras-chave: Serviços. Atendimento. Reservas e Recepção.

Hotéis e online travel agencies: relacionamento de conflitos e dependência

Gisele Magrini Garcia

Mestranda em Turismo e Hotelaria pela Univali. gimagrinigarcia@gmail.com

RESUMO

As Agências de viagens online são um dos principais canais de distribuição da hotelaria, entretanto, conflitos surgiram deste relacionamento e questionamento sobre o grau de dependência que os hotéis tem dessas Online Travel Agencies (OTA). A revisão bibliográfica, feita por meio de dados secundários, apresenta artigos acadêmicos que relataram alguns conflitos e metodologia utilizada em pesquisas sobre o grau de dependência dos hotéis. Os resultados mostraram que ainda há diferentes opiniões sobre o tema, alguns olham pelo lado dos benefícios que os hotéis por distribuírem pelas OTAs. Outros acreditam que seus acordos e taxas de comissionamento são abusivas ou ainda, que os hotéis devem utilizar essas ferramentas de forma mais estratégica. Além disso, de acordo com dois estudos de Schegg (2016; 2018) e o de Mellinas (2019) mostraram que pode haver diferença de nível de dependência conforme sua categoria, número de apartamentos e por ser hotel individual ou de rede.

Palavras-chave: Hotel. Online Travel Agency. Dependência.

Estratégias mercadológicas de custos utilizadas no setor hoteleiro na cidade de Pelotas

Patricia da Cunha Nogueira

Graduanda do curso superior de tecnologia em Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas

tricianogueira@hotmail.com

Victória Maciel Orabe

Graduanda do curso superior de tecnologia em Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas

victoriaorabe@hotmail.com

Sarah Vergara de Quadros

Graduanda do curso superior de tecnologia em hotelaria, Universidade Federal de Pelotas

sarahvergara2017@gmail.com

Diego Nachtigall Morales

Graduando do curso superior de tecnologia em hotelaria, Universidade Federal de Pelotas

ditsguts@gmail.com

Cristiane Berselli

Professora no Curso de Tecnologia em Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas

cristiane.berselli@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho visa analisar como é obtida a precificação dos hotéis centrais da cidade de Pelotas e indicar quais são os fatores pensados para isso e também se é realizado ao marketing dos hotéis pesquisados. Busca-se também saber se existe alteração no preço durante os eventos de alta visibilidade que ocorrem na cidade. Foi realizada uma pesquisa exploratória de abordagem qualitativa, na qual foram utilizados questionários aplicados em dois hotéis no centro da cidade de Pelotas. Pode-se concluir que os hotéis utilizam-se de formas distintas de aplicar a precificação e diferentes formas de uso do marketing, embora foque no e-marketing. Além disso, os eventos realizados na cidade causam impacto nos hotéis, sendo possível alterar o preço em tais épocas.

Palavras-chave: Precificação; Custos; Marketing; Hotel; Pelotas

Cooperação e associativismo entre os meios de hospedagem e as agências de turismo receptivo de Praia Grande (SC)

Ana Carolina Martins Cardoso

Aluna do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal Catarinense (IFC), Campus Avançado Sombrio, SC, e-mail: carol2002mc@gmail.com

Letícia Rafaela Dias Ferreto

Aluna do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal Catarinense (IFC), Campus Avançado Sombrio, SC, e-mail: leticia.dias.ferreto@gmail.com

Ana Paula dos Santos Porto

Tecnóloga em Gestão de Turismo. Professora Orientadora. Instituto Federal Catarinense (IFC), Campus Avançado Sombrio, SC, e-mail: ana.porto@ifc.edu.br.

Matheus Trindade Velasques

Mestre em Estudos da Linguagem. Professor Coorientador. Instituto Federal Catarinense (IFC), Campus Avançado Sombrio, SC, e-mail: matheus.velasques@ifc.edu.br.

RESUMO

As associações e cooperativas se constituem como um meio colaborativo de trabalho que pode organizar a atividade turística de municípios e regiões. O presente trabalho visa identificar a existência de cooperação ou associativismo nos meios de hospedagens (MHs) e agências receptivas de Praia Grande (SC). A pesquisa foi realizada no ano de 2019 e teve como ferramenta de coleta de dados a entrevista semiestruturada com os gestores dos MHs selecionados. Este resumo tem caráter exploratório, bibliográfico e de campo, sendo que a análise dos dados foi feita a partir da abordagem qualitativa. Como resultados deste estudo, pode-se apontar uma fraca existência de cooperação e associativismo, além de uma marcante informalidade na oferta de serviços de receptivo turístico, o que pode ser considerado perigoso para o desenvolvimento da localidade, pois pode afetar a segurança do cliente nos passeios oferecidos e ainda enfraquecer a economia local.

Palavras-chave: Turismo Receptivo. Meios de Hospedagem. Associativismo.

Efeitos da demissão por discriminação de pessoas com deficiência na hotelaria

Marklea da Cunha Ferst

Mestre em Direito das Relações Sociais pela Universidade Federal do Paraná.
Professora Assistente da Universidade do Estado do Amazonas.
Email: mferst@uea.edu.br

Marcela Dorneles Sandrini

Especialista em Direito do Trabalho pela Universidade do Estado do Amazonas.
Universidade do Estado do Amazonas.
E-mail: marcela.sandrini@hotmail.com

Rúbia Silene Alegre Ferreira

Doutora em Economia, pela Universidade Católica de Brasília (UCB)
Professora no Centro Universitário do Norte – Uninorte
Email: rubia.ferreira@uninorte.com.br

Resumo

Com o crescente número de postos de trabalho na hotelaria surgem diversas questões atinentes ao contrato de trabalho, sendo o objetivo geral desta pesquisa analisar as consequências da demissão discriminatória do trabalhador com deficiência na hotelaria. Realizou-se uma revisão bibliográfica com análise da legislação e decisões do Tribunal Superior do Trabalho, tendo sido evidenciado a relativização do poder de direção do gestor hoteleiro de empreendimento com mais de 100 funcionários, em demitir empregado com deficiência, hipótese em que deve obrigatoriamente substituí-lo por outro nas mesmas condições, sob pena de sanções administrativas e judiciais. E, considerando o reconhecimento do pleno emprego e da proteção à demissão discriminatória como no rol dos direitos humanos, mesmo os hotéis com menos de 100 funcionários devem adotar ações para evitar o reconhecimento de demissão discriminatória de empregado com deficiência, e aplicar os princípios de sustentabilidade à gestão ou ao emprego de recursos humanos.

Palavras-chave: Hotelaria. Discriminação. Empregado com deficiência.

Acessibilidade no setor hoteleiro de Pelotas.

Yasmin do Amaral Barros

Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria - Universidade Federal de Pelotas

yasminamaralb@gmail.com

Fernanda de Freitas Pepe

Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria - Universidade Federal de Pelotas

ss402733@gmail.com

Juliane Müller Brignol

Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria - Universidade Federal de Pelotas

jubrignol@gmail.com

RESUMO

O presente artigo tem como tema a Acessibilidade no Setor Hoteleiro de Pelotas, onde teve como objetivo analisar a respeito das dificuldades dos hóspedes com necessidades especiais em hotéis da cidade de Pelotas. Para o estudo, foram escolhidos dois hotéis de médio porte localizados no centro da cidade, onde cada um deles respondeu a um questionário enviado por *e-mail*. Ao analisar os resultados da pesquisa, obteve-se respostas que caracterizam o setor hoteleiro de Pelotas como despreparado para atender hóspedes portadores de deficiência. É evidente a falta de preparo nos hotéis, principalmente para hóspedes que tenham dificuldade para se locomover, aos deficientes visuais e auditivos.

Palavras-chave: Hoteleiro. Acessibilidade. Deficiência.

Os aspectos legais de acessibilidade para o atendimento da pessoa com deficiência em meios de hospedagem no Brasil

Marklea da Cunha Ferst

Mestre em Direito das Relações Sociais pela Universidade Federal do Paraná.

Professora Assistente da Universidade do Estado do Amazonas.

Email: mferst@uea.edu.br

Sara Joana Gadotti Dos Anjos

Pós-doutorado na Espanha em Gestão da Qualidade em Destinos Turísticos e Gestão da Comunicação em Destinos Turísticos

Professora do Programa de Pós-graduação Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí

E-mail: sara@univali.br

Helen Rita Menezes Coutinho

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina

Professora Assistente da Universidade do Estado do Amazonas

Email: hcoutinho@uea.edu.br

RESUMO

Considerando o Decreto nº 9.296/2018, que implementou as normas de acessibilidade para os meios de hospedagem, nesta pesquisa se demonstra quais são estas normas e as consequências da sua inobservância, pois, se por um lado há um potencial mercado de turistas com deficiência e crescimento do ramo da hotelaria, por outro questiona-se sobre a capacidade dos meios de hospedagem de atender as normas de acessibilidade. Este artigo tem como objetivo analisar os impactos do não atendimento dos requisitos legais de acessibilidade pelos meios de hospedagem. Trata-se de uma pesquisa descritiva e explicativa, caracterizada pela análise do estado da arte, utilizando-se o método dedutivo e abordagem bibliográfica e documental. Os resultados demonstram a importância da promoção de acessibilidade, pois o hóspede com deficiência tende a ser leal e viajar com mais frequência se a acomodação for acessível. Ademais, o não atendimento da legislação pode culminar em sanções judiciais e administrativas.

Palavras-chave: Acessibilidade. Meios de hospedagem. Legislação.

Características subjetivas como fatores ponderativos na precificação de *hostels*: um estudo de caso com universitários no município de Pelotas/RS.

Valéria Skupien Bianchini

Acadêmia de Tecnologia em Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas,
valeria.bianchini@hotmail.com

Cristiane Berselli

Mestre em Turismo e Hotelaria, Universidade Federal de Pelotas,
cristiane.berselli@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho é um estudo de caso com universitários do município de Pelotas/RS, o qual objetiva analisar se as características subjetivas presentes em *hostels* – ambiente social, funcionários, instalações, limpeza, localização e segurança – são importantes para elevá-las a fatores ponderantes de precificação desse meio de hospedagem. Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa realizada através de um questionário online disponibilizado a todos os discentes da Universidade Federal de Pelotas. Conclui-se que cinco fatores são extremamente importantes na visão dos consumidores e futuros consumidores de *hostels* e o empenho em suas melhorias são significativos para a ponderação durante a análise para precificação desse tipo de meio de hospedagem alternativo.

Palavras-chave: características subjetivas. *hostels*. precificação.

Análise da formação de preço da diária de um hotel da cidade de Pelotas

Ana Carolina Picanço Domingues

Acadêmico, Universidade Federal de Pelotas, anacarolinadomingues2311@gmail.com

Marília Rocha Lanzetta

Acadêmico, Universidade Federal de Pelotas, marilialanzetta@gmail.com

Mateus Constante de Oliveira

Acadêmico, Universidade Federal de Pelotas, mateusoliveira321@outlook.com.br

Nathali Celestino Semzack

Acadêmico, Universidade Federal de Pelotas, semzacknats@gmail.com

Cristiane Berselli

Mestre em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí,
cristiane.berselli@gmail.com

RESUMO

O artigo descreve uma pesquisa sobre a formação de preço da diária em um hotel de administração familiar do mercado hoteleiro da cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul, próximo ao centro histórico. O propósito foi analisar quais critérios são mais relevantes no momento da determinação do preço médio das diárias. Com uso de metodologia qualitativa, foi aplicado um questionário com perguntas fechadas e abertas, com a coordenadora de atendimento do hotel abordado. O estudo concluiu que o hotel baseia sua precificação em cima do custo envolvido, decisões da concorrência e características do mercado.

Palavras-chave: Hotel. Pelotas. Precificação.

**GRUPO TEMÁTICO – INOVAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO NA
GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**

As pessoas com deficiência visual na atividade turística: análise da produção científica das revistas acadêmicas de turismo disponíveis no site do ministério do turismo.

Igor Moraes Rodrigues

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

RESUMO

Conforme dados do IBGE (2010) no Brasil existem mais de 45,6 milhões de pessoas com algum tipo de deficiência – representando 23,9% da população – sendo a deficiência visual a que mais atinge os brasileiros, presente em aproximadamente 6,5 milhões de pessoas. Este estudo tem por objetivo identificar e analisar as publicações relacionadas a pessoas com deficiência visual nas edições das revistas acadêmicas de turismo disponíveis no site oficial do Ministério do Turismo. Metodologicamente o estudo foi realizado por meio de pesquisa bibliográfica e palavras-chave para buscar as publicações nas revistas. Foram encontrados dois artigos que atendessem ao objetivo deste estudo. Analisa-se que as pesquisas e publicações sobre pessoas com deficiência visual na atividade turística são incipientes e, que os artigos encontrados possuem propostas e abordagens distintas.

Palavras-chave: Turismo. Pessoas com deficiência visual. Cegos.

Turismo inclusivo com pessoas com deficiência: uma viagem lúdica em uma abordagem transdisciplinar

Rita de Cássia dos Reis Viebrantz

Bacharela em Turismo, Universidade Federal de Pelotas
Psicóloga, Universidade Católica de Pelotas
ritaviebrantz@gmail.com

RESUMO

Diversas formas de saber têm demonstrado a importância ética e política de programas de inclusão social, especialmente as temáticas relacionadas à Pessoas com Deficiência (PCD). Os processos de inclusão devem envolver abordagens transdisciplinares que contemplem as necessidades singulares de sujeitos em termos biopsicossociais. O Turismo, como campo politicamente estratégico intrinsecamente relacionado às possibilidades de experiência social e exercício de cidadania, possibilita diversificadas formas de atuação profissional. No presente trabalho objetivou-se compreender como ações em Turismo podem proporcionar formas de inclusão *com* PCD com adolescentes e adultos com diferentes necessidades intelectuais e físicas. Junto ao grupo foi realizada uma pesquisa intervenção que perfez a criação de um Livro Sensorial, um livro lúdico repleto de atividades psicopedagógicas. Para tanto, utilizou-se do tema patrimônio como eixo temático para um fazer compartilhado e elaboração de um espaço *comum*, subjetivamente um lugar estético, ético e político que contradiz lógicas de exclusão.

Palavras-chave: Turismo. Inclusão. Transdisciplinaridade.

O papel dos influenciadores digitais no processo de escolha de hotéis

Natália Mira Valle

Graduanda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: valle.mnatalia@gmail.com

Pâmela da Conceição Naconezi

Graduanda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: pamelanaconezi7@gmail.com

Lorena Ohana Caroline Costa Pereyra

Graduanda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: Lorena4Ohana@gmail.com

Franciele Cristina Manosso

Doutoranda em Administração pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: francimanosso@gmail.com

RESUMO

Os influenciadores digitais têm o poder de contribuir para a adoção de determinados comportamentos e são canais de comunicação entre empresas e consumidores. Assim, esse trabalho tem como objetivo central analisar o papel dos influenciadores digitais no processo de escolha de hotéis. Esta investigação tem caráter exploratório e como metodologia foram empregadas a pesquisa bibliográfica para a compreensão dos seguintes constructos: influenciadores digitais e comportamento do consumidor, bem como foi aplicado um *Web Survey*, através da ferramenta do *Google Forms*. Como principais resultados salienta-se que mesmo quem ainda não efetivou a compra de um hotel, possui interesse em conhecer mais sobre o produto advindo da recomendação de um influenciador digital. Pode-se, enfim, inferir que os indivíduos buscam se associar a influenciadores aos quais tem alguma afinidade e, quando há a recomendação de produtos turísticos, os consumidores confiam mais e podem vir a efetivar a compra.

Palavras-chave: Turismo. Influenciadores Digitais. Hotéis.

Economia criativa: iniciativas no turismo

Heloisa lima

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná. hlima1706@gmail.com

Julia Lueneberger Kauling da Silva

Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná. juliakaulingg@gmail.com

Thays Cristina Domareski Ruiz

Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná. Professora e pesquisadora do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná. thaysruiz@ufpr.br

RESUMO

A economia criativa vem criando precedentes importantes, em contraste com outros setores menos ágeis e dinâmicos da economia e representado um lugar significativo no desenvolvimento das cidades. O presente estudo tem por objetivo entender a evolução dos conceitos de economia criativa, cidade criativa e identificar projetos de economia criativa no turismo. A metodologia deste estudo foi exploratória, de abordagem qualitativa, com pesquisas bibliográfica e documental. Nesse sentido, foi possível identificar a presença do turismo como norteador ou promotor de desenvolvimento local com diversos projetos de economia criativa.

Palavras-chave: criatividade, turismo, economia criativa, cidade criativa.