

SUMÁRIO

PROCESSO DE INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE NA EMPRESA GOL – LINHAS AÉREAS INTELIGENTES.....	3
ROTA CERVEJEIRA DA SERRA GAÚCHA.....	4
CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO: O FORTALECIMENTO E A EXPANSÃO DA GASTRONOMIA EM FLORIANÓPOLIS, SC, BRASIL.....	5
VIAGENS DE VIVÊNCIAS CULTURAIS NA ITÁLIA	6
XIX FESTA NACIONAL DA BERGAMOTA DE SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ/RS: UM ESTUDO DA SATISFAÇÃO DOS VISITANTES.....	7
TURISMO E CRIATIVIDADE - MUSEU ITINERANTE	8
VILA FLORES: A CRIATIVIDADE COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL.	9
TURISMO DE LUXO: UM ESTUDO SOBRE O CONSUMO DESTES SEGMENTO DE VIAGENS PELA VISÃO DAS OPERADORAS TURÍSTICAS.....	10
O PÓS-VENDAS NAS AGÊNCIAS DE TURISMO DE MONTENEGRO/RS.....	11
TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS: AS COMPETIÇÕES DE PATINAÇÃO ARTÍSTICA E AS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS	12
OESTE EM FOCO	13
LIVERPOOL E O FENÔMENO THE BEATLES: UM ESTUDO SOBRE A MOTIVAÇÃO DOS VIAJANTES BRASILEIROS	14
TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS: ESTUDO SOBRE AS VANTAGENS COMPETITIVAS DOS CENTROS DE EVENTOS DA REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE/RS	15
BANCA 8: SABORES DA HISTÓRIA DE NOVO HAMBURGO	16
VISITAS TÉCNICAS NA FEEVALE COM MERENDEIRAS DA REDE MUNICIPAL DE ENSINO DE CAMPO BOM/RS.....	17
PRODUTO TURÍSTICO MILAN FASHION TOUR	18
SANTOS CAMINHOS.....	19
TURISMO CINEMATOGRAFICO UM ESTUDO SOBRE O CINEMA E SUA INFLUENCIA NA ESCOLHA DE UM DESTINO TURISTICO.....	20

EIERSCHIMIER: PRODUTO GASTRONÔMICO DE MORRO REUTER.....	21
ACESSIBILIDADE NO ZOOLOGICO DE SAPUCAIA	22
OS PARQUES TEMÁTICOS HARRY POTTER DE LONDRES E ORLANDO UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DA SAGA HARRY POTTER NA ESCOLHA DE DESTINOS DE PARQUES TEMÁTICOS	23
PARQUE TEMÁTICO FOLCLÓRICO	24

PROCESSO DE INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE NA EMPRESA GOL – LINHAS AÉREAS INTELIGENTES

Karoline Natália Monteiro¹; Éverton Felipe Kaizer¹; Eliana Franciele Buhs¹; Mary Sandra Guerra Ashton²

O objetivo desse trabalho é analisar os métodos de inovação e criatividade na Gol Linhas Aéreas Inteligentes. O método utilizado foi o exploratório descritivo numa pesquisa qualitativa. A Gol é uma empresa de transportes aéreos, é a maior companhia aérea de baixo custo e melhores tarifas da América Latina. A Gol é uma das maiores empresas aéreas *low-cost* do Brasil, transformando a experiência de voar, tendo como foco os clientes com poucas condições financeiras para adquirir passagens aéreas, por isto, grande parte dos passageiros está viajando pela primeira vez.. Há catorze anos impulsiona o mercado brasileiro de aviação a se desenvolver, sempre apresentando novos processos, serviços e produtos inovadores e pioneiros. Entre os resultados deste trabalho foram observados: a redução das tarifas, facilidade de pagamento, aeronaves com alta tecnologia, redução do consumo de combustível, uso da internet como principal meio de comercialização, entre outros fatores aliados a sustentabilidade.

Palavras-chave: Inovação. Criatividade. Transporte aéreo. Gol.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (karolinenmonteiro@outlook.com e marysga@feevale.br)

ROTA CERVEJEIRA DA SERRA GAÚCHA

Rodrigo José dos Santos¹; Rosi Souza Fritz²

O projeto/estudo busca o desenvolvimento e consolidação das cervejas artesanais na Serra Gaúcha. Ressalta-se que no Rio Grande do Sul está é a região turística com maior destaque regional, nacional e internacional. Há mais de décadas que “empresários empreendedores” da microrregião das Hortênsias, a qual é composta por cinco cidades, Canela, Gramado, Nova Petrópolis, Picada Café e São Francisco de Paula, vislumbraram no turismo uma possibilidade de diversificação da economia. Dentro deste contexto, se inclui as cervejarias que nos últimos anos, estão tomando um lugar de protagonistas. Na criação e elaboração foram selecionados três municípios da Região das Hortênsias, sendo os contemplados Canela, Gramado e Nova Petrópolis. A opção se deu pelo simples fato das citadas terem em seus territórios cervejarias em atividade, produção própria e com registro no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, requisitos mínimos solicitado para inclusão no roteiro. A região foi escolhida devido o poder de investimento dos municípios, pelo fluxo de turistas que ultrapassa os 10 milhões/ano e pelo fato de existir o interesse público e privado. A intenção da criação é a realização de um trabalho conjunto entre os três municípios da Serra Gaúcha e das cinco cervejarias existentes, criando um novo produto turístico para a região, oferecendo aos visitantes mais uma opção de experiência, valorizando a cerveja artesanal, tão apreciada e de alta qualidade produzida na região, assim criando um produto competitivo para a Região da Uva e Vinho, a qual está consolidada no mercado turístico. A evolução e crescimento da Cerveja Artesanal Gaúcha em específico a da região das hortênsias, vem gerando empregos e sendo um fator de desenvolvimento econômico. Atrair o turista é o foco, este que deixara riquezas para os municípios envolvidos, desta forma desenvolvendo a região através da rota cervejeira, buscando o turista tradicional, mas também o público específico que vem exclusivamente pela cerveja. O crescimento e desenvolvimento do setor, servirá para ensinar e implantar uma forma inteligente de se beber cerveja, valorizando ainda mais a cerveja artesanal e justificando o seu custo diferenciado das demais cervejas do mercado. O resultado macro é criar um polo cervejeiro no estado do Rio Grande do Sul, o mesmo que será referência em todo o País. Ressaltando que o projeto está em processo de implantação, dentro de uma PPP - Parceria Público Privada. (PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA PETRÓPOLIS, PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAMADO E PREFEITURA MUNICIPAL DE CANELA.)

Palavras-chave: DESENVOLVIMENTO. TURISMO, ECONOMIA. CONCEITO. COMPETITIVIDADE.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (rodrigossantosnp@hotmail.com e rosifritz@terra.com.br)

CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO: O FORTALECIMENTO E A EXPANSÃO DA GASTRONOMIA EM FLORIANÓPOLIS, SC, BRASIL.

Débora Wollmann¹; Mary Sandra Guerra Ashton²

Esse trabalho tem o objetivo de identificar e analisar os projetos para a expansão e fortalecimento da gastronomia no destino turístico Florianópolis, Santa Catarina, Brasil gerados a partir da sua inserção na Rede Mundial de Cidades Criativas da UNESCO, em 2014. A inclusão da capital do Estado de Santa Catarina, no rol da Rede Mundial de Cidades Criativas da UNESCO, em dezembro de 2014, vem impulsionando a realização de novos projetos, a fim de estruturar e potencializar ainda mais a gastronomia local, contando ainda com o apoio técnico das demais cidades criativas membros da rede UNESCO. Adotou-se o método exploratório descritivo numa pesquisa qualitativa, por meio de revisão bibliográfica, para a compreensão dos conceitos adotados, de pesquisa documental e na internet para o mapeamento dos projetos em andamento, e análise de conteúdo na interpretação dos dados. Como resultados parciais alcançados nessa pesquisa, foi possível observar o intenso e coletivo trabalho que está sendo realizado pela população local, integrando os residentes em projetos que contam com parcerias de diversas associações, poder público e privado, instituições e comunidades em prol do fortalecimento e expansão da gastronomia de Florianópolis. A partir do projeto Cidade Criativa da Gastronomia, submetido à UNESCO, observou-se o surgimento de novos projetos como: Saberes e Sabores de Santa Catarina, Memória Sensitiva da Gastronomia de Santa Catarina e Marca Florianópolis.

Palavras-chave: Cidades Criativas. Gastronomia. Fortalecimento. Florianópolis. UNESCO.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (deborawollmann@hotmail.com e marysga@feevale.br)

VIAGENS DE VIVÊNCIAS CULTURAIS NA ITÁLIA

Cristiano Dalpiaz¹; Rosi Souza Fritz²

Este estudo tem como objetivo investigar as contribuições geradas pelas vivências culturais de brasileiros na Itália. Os objetivos específicos são contextualizar turismo cultural; descrever o processo de aquisição da cidadania italiana, descrever as características culturais e turísticas da comunidade italiana. Quanto à metodologia, esse estudo se define pela pesquisa exploratória e descritiva e, nos procedimentos técnicos, são utilizadas a pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica apresenta estudiosos do Turismo e da Cultura, as características históricas e turísticas da Itália e um relato do processo de aquisição da cidadania italiana pelo pesquisador. Com os dados obtidos, verificou-se que as contribuições geradas pelas vivências culturais de brasileiros junto à comunidade italiana são de grande importância para ter conhecimento e assim valorizar a história e memória dos antepassados italianos.

Palavras-chave: Turismo Cultural. Cidadania italiana. Brasileiros.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (dalpiazcristiano@gmail.com e rosifritz@terra.com.br)

XIX FESTA NACIONAL DA BERGAMOTA DE SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ/RS: UM ESTUDO DA SATISFAÇÃO DOS VISITANTES

Janaina Peixe Muller¹; Rosi Souza Fritz²

Nos últimos anos, vários municípios no país vêm realizando uma série de ações de maneira a atrair fluxos constantes de turistas o ano inteiro. Entre as áreas pontuadas como importantes para o desenvolvimento constante do turismo, está o fortalecimento do Turismo de Negócios e Eventos e das festas e eventos populares. Em vista disso a Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Caí, pode se tornar um produto turístico do setor de eventos no Rio Grande do Sul. Este estudo visa analisar o nível de satisfação dos visitantes quanto aos serviços oferecidos na XIX Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Caí/RS. Tem como objetivos específicos conceituar Turismo de Eventos, identificar e descrever festas e eventos similares na região do Vale do Caí, descrever o município e a Festa Nacional da Bergamota, com ênfase na sua XIX edição e verificar junto aos visitantes da Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Caí/2014, o nível de satisfação quanto aos serviços oferecidos. A metodologia utilizada para o estudo consiste em pesquisa exploratória descritiva, com abordagem qualitativa, tendo como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica, documental, participante e estudo de campo. A pesquisa de campo foi realizada, com visitantes da festa, com o historiador local, com a comissão organizadora do evento, e com gestores municipais. Os resultados apontam que a festa atingiu um bom nível de satisfação dos visitantes. Os resultados da pesquisa de campo apontam que a festa caiense atingiu um bom nível de satisfação dos visitantes, tendo como principal ponto negativo o mau tempo. Entre os resultados tem-se que a amostra era composta por jovens que visitavam a festa em companhia da família, dando-lhe o caráter familiar. Entre os espaços/atividades que mais atraiu os respondentes destacam-se os shows musicais. Por fim, analisando-se os resultados, tem-se que a Festa da Bergamota de São Sebastião do Caí/RS tem condições de configurar entre os principais eventos do estado, tornando-se um atrativo turístico e conseqüentemente gerando desenvolvimento para o município e sua população.

Palavras-chave: Turismo de Eventos. Festa da Bergamota. São Sebastião do Caí/RS.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (janaina.p.muller@hotmail.com e rosifritz@terra.com.br)

TURISMO E CRIATIVIDADE - MUSEU ITINERANTE

Narjana Heylmann¹; Vanessa Suélen Schardong¹; Mary Sandra Guerra Ashton²

Esse trabalho tem o objetivo de propor a criação de uma nova opção de turismo cultural baseado na criatividade – O Museu Itinerante –, para permitir o direito à arte, também a quem não tem acesso. Utilizou o método exploratório descritivo numa pesquisa qualitativa. A ideia do Museu Itinerante consiste em um espaço para exposições de objetos, doados pelos próprios turistas ou por moradores do local. Os objetos doados podem ter algum significado ou ser uma recordação de alguma viagem ou país visitado. Quando expostos ao público, contarão com depoimento do doador, em diversos idiomas e placa com descrição em Braille, para facilitar a acessibilidade. Entre os resultados preliminares espera-se viabilizar a ideia do Museu Itinerante para proporcionar trocas culturais, agregar novas experiências e vivências aos visitantes, novos conhecimentos, além de ampliar o leque de opções turísticas e contribuir com o desenvolvimento do turismo. Acredita-se que por se tratar de um produto inovador e criativo irá atrair muitos turistas.

Palavras-chave: Turismo. Criatividade. Museu Itinerante. Cultura. Desenvolvimento

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (nar.heyldmann@hotmail.com e marysga@feevale.br)

Vila Flores: a criatividade como fator de desenvolvimento social.

Luciano Amauri Steil¹; Mary Sandra Guerra Ashton²

Esse trabalho tem o objetivo de demonstrar o potencial do fator criatividade como desenvolvedor social, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida dos indivíduos inseridos em uma sociedade criativa. Foi utilizado o método exploratório descritivo numa pesquisa qualitativa. Essa pesquisa se baseou no projeto “Associação Cultural Vila Flores”, uma associação sem fins econômicos, de caráter cultural, técnico, educacional, ambiental e científico. Ativa desde 2012, está sediada no complexo arquitetônico “Vila Flores”, no Bairro Floresta, em Porto Alegre/RS. O complexo, formado por três edificações, foi construído na década de 1920 e aos poucos vem sendo revitalizado e transformado em espaço de referência multicultural. Em 2014, o Vila Flores se transformou em uma incubadora de projetos criativos. Para o desenvolvimento do trabalho, foram utilizadas pesquisas, estudos e reportagens sobre o projeto, além de referências bibliográficas sobre o tema. Entre os resultados observou-se que com o trabalho desenvolvido no Vila Flores, a ideia de criatividade aliada a cultura são fatores responsáveis pelo desenvolvimento social.

Palavras-chave: Desenvolvimento social. Criatividade. Inovação. Cultura. Vila Flores.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (luciano_steil@feevale.br e marysga@feevale.br)

TURISMO DE LUXO: UM ESTUDO SOBRE O CONSUMO DESTE SEGMENTO DE VIAGENS PELA VISÃO DAS OPERADORAS TURÍSTICAS

Thais Cristina Funari¹; Roslaine Kovalczuk de Oliveira Garcia²

O conceito do luxo vive um novo momento passando da ostentação para a emoção. O mercado turístico vem se expandindo e o segmento do turismo de luxo se constitui em um conjunto de demanda e oferta com características bastante peculiares. Assim, esse estudo tem como objetivo geral investigar os aspectos que se relacionam ao consumo de viagens do Turismo de Luxo através das operadoras turísticas que atuam nesse segmento. Como objetivos específicos contextualizar o mercado de Luxo no Brasil; caracterizar o mercado do turismo de luxo e descrever as principais operadoras turísticas deste segmento. O problema concentra-se no seguinte questionamento: quais os principais aspectos envolvidos no consumo do Turismo de Luxo? A resposta será apresentada no decorrer do estudo. Quanto à metodologia, do ponto de vista de seus objetivos, a pesquisa se caracteriza como exploratória de caráter qualitativo, tendo como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica, documental e o estudo de campo junto a operadoras turísticas especializadas no segmento do Turismo de Luxo. O estudo permitiu constatar que os principais aspectos relacionados ao consumo do Turismo de Luxo se concentram no fator experiencial em um contexto de luxo intermediário.

Palavras-chave: Turismo de luxo. Consumo. Operadoras turísticas.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (thaisfunari@feevale.br e roslainek@cpovo.net)

O PÓS-VENDAS NAS AGÊNCIAS DE TURISMO DE MONTENEGRO/RS

Vanessa Suélen Schardong¹; Roslaine Kovalczuk de Oliveira Garcia²

O pós-venda tem como principal objetivo estabelecer o relacionamento com o cliente. As atividades de pós-venda são focadas na retenção e possível lealdade dos clientes, o que proporciona a fidelização e a multiplicação de uma imagem positiva da empresa. Assim, o presente estudo tem como objetivo geral investigar o processo de pós-venda pelas agências de turismo de Montenegro/RS, e como objetivos específicos contextualizar o marketing de relacionamento e o marketing turístico, descrever o processo de pós-venda e caracterizar as atividades de agenciamento. Quanto à metodologia, se caracteriza como exploratória de caráter qualitativo, tendo como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica e o estudo de campo junto a viajantes que compram serviços e produtos com agências de turismo e junto a três agências localizadas na cidade de Montenegro/RS. A pesquisa permitiu constatar que o pós-venda nas agências de turismo pesquisadas, em sua maioria, se constitui em procedimentos isolados.

Palavras-chave: Marketing de Relacionamento. Pós-venda. Fidelização. Agência de Turismo. Montenegro/RS.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (nessaschardong@hotmail.com e roslainek@cpovo.net)

TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS: AS COMPETIÇÕES DE PATINAÇÃO ARTÍSTICA E AS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS

Mayara Senna dos Reis¹; Alexandra Marcella Zottis²

O Turismo de Eventos Esportivos compreende o turista que tem como objetivo, em seu deslocamento, a participação e apresentação em algum espetáculo ou a competição em provas, jogos ou campeonatos com um período de tempo determinado. O mercado deste segmento é amplo e engloba não somente o praticante do esporte, mas também as pessoas que acompanham os atletas e se deslocam para assistir à modalidade. A patinação artística, por sua vez, vem conquistando seu espaço no Brasil e no mundo como atividade de lazer tanto quanto modalidade de competição em diversos campeonatos, entre eles, o Pan-americano e os Jogos Olímpicos. Assim, o objetivo geral do presente estudo é investigar as oportunidades de experiências turísticas proporcionadas aos atletas nas viagens para competições de patinação artística. Quanto aos objetivos específicos, busca-se conceituar Turismo de Esporte e Turismo de Eventos Esportivos; conceituar oferta turística; caracterizar a modalidade de patinação artística e seus principais eventos de competição; e, por fim, verificar junto aos patinadores de competições se eles tiveram a oportunidade de vivenciar experiências turísticas. Quanto à metodologia, caracteriza-se como pesquisa exploratória e descritiva, de abordagem qualitativa, os procedimentos técnicos utilizados foram pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisa de campo, aplicada com 56 atletas de patinação que viajam para competir. Complementando o estudo, foi realizada uma entrevista com o Presidente da Federação Gaúcha de Patinagem. Entre os resultados, pode-se apontar que a maioria dos atletas de patinação acredita que as viagens proporcionam experiências turísticas e que retornaria ao destino da viagem como turista em outra oportunidade.

Palavras-chave: TURISMO DE ESPORTE. TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS. PATINAÇÃO ARTÍSTICA. EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (mayasreis@hotmail.com e alexandraz@feevale.br)

OESTE EM FOCO

Maisa Mueller¹; Mayara Senna dos Reis¹; Paula Wolff¹; Rosi Souza Fritz²; Roberto Kieling²

Este projeto foi elaborado pelas acadêmicas, na disciplina de prática profissional. A oferta turística é tudo aquilo que o município oferece e que desperta o interesse do turista, o que atrai o turista para o consumo no destino. Contempla os recursos e atrativos turísticos, serviços e equipamentos, assim como a infraestrutura local. Desta forma a partir da oferta turística dos municípios de Caibi, Mondaí, Riqueza e São João do Oeste, no Oeste de Santa Catarina. O presente estudo tem como objetivo geral favorecer o desenvolvimento econômico dos municípios do oeste catarinense, através de atividades turísticas. Quanto à metodologia, aplicou-se uma pesquisa junto a 47 moradores da região, em forma de questionário, acerca do interesse de participar dessas atividades. A pesquisa permitiu verificar que sim, há interesse por parte da população em participar das atividades propostas, sendo um roteiro de turismo religioso e de saúde (águas termais).

Palavras-chave: Turismo, Santa Catarina, Oeste, Roteiro.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (ma.mueller@hotmail.com e rosifritz@terra.com.br)

LIVERPOOL E O FENÔMENO THE BEATLES: UM ESTUDO SOBRE A MOTIVAÇÃO DOS VIAJANTES BRASILEIROS

Paola Silva Vieira¹; Roslaine Kovalczuk de Oliveira Garcia²

Os Beatles foram possivelmente a banda mais influente da música pop mundial. Turistas do mundo inteiro deslocam-se até a cidade-natal do grupo, Liverpool, na Inglaterra, buscando visitar locais importantes da história de sua trajetória. Cada turista é movido por motivações próprias, nas quais resultam na escolha do seu destino de viagem. Assim, este estudo tem por objetivo geral investigar as motivações das viagens a Liverpool e o fenômeno musical Beatles, tendo como objetivos específicos: contextualizar turismo e motivações turísticas, descrever a cidade de Liverpool e suas atrações, mapear outros destinos que trabalham este foco e apresentar o fenômeno Beatles. O problema deste estudo concentra-se no questionamento: “As principais motivações dos turistas brasileiros que visitam Liverpool estão relacionadas ao fenômeno Beatles?”. Quanto à metodologia, caracteriza-se como exploratória e descritiva, com abordagem de caráter qualitativo, tendo como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica, documental e estudo de campo junto a viajantes de Liverpool. O estudo permitiu constatar que 94% dos viajantes brasileiros que visitaram Liverpool foram motivados pelos Beatles.

Palavras-chave: Turismo. Motivação. Liverpool. Beatles. Música.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (paolasvieira@gmail.com e roslainek@cpovo.net)

TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS: ESTUDO SOBRE AS VANTAGENS COMPETITIVAS DOS CENTROS DE EVENTOS DA REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE/RS

Maisa Mueller¹; Alexandra Marcella Zottis²

As rápidas mudanças econômicas que atualmente configuram o mercado apresentam uma característica favorável ao aumento do número de eventos. Desta forma o presente estudo tem como objetivo geral investigar os fatores que contribuem para a vantagem competitiva dos espaços para eventos da Região Metropolitana de Porto Alegre/RS. Como objetivos específicos o estudo pretende contextualizar Turismo de Negócios e Eventos, caracterizar o papel e surgimento dos *Conventions & Visitors Bureaus*, caracterizar a infraestrutura e serviços oferecidos pelos espaços para eventos, assim como conceituar vantagens e estratégias competitivas. Também objetiva verificar juntos aos responsáveis e contratantes quais aspectos conferem vantagem competitiva para os espaços para eventos e também verificar junto ao representante do Convention & Visitors Bureau quais são os diferenciais apresentados para a candidatura da Região à sediar eventos. Em relação à metodologia, caracteriza-se como pesquisa exploratória e descritiva, com abordagem qualitativa, tendo como procedimentos técnicos pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisa de campo junto a empresas promotoras de eventos e entrevista com os responsáveis pelos espaços para eventos da Região Metropolitana de Porto Alegre/RS. Constatou-se que a vantagem competitiva para os espaços para eventos advém de vários aspectos, sendo os principais o investimento em infraestrutura, a qualidade de recursos humanos e a captação de eventos.

Palavras-chave: Turismo de Negócios e Eventos. Vantagem Competitiva. Espaços para Eventos.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (ma.mueller@hotmail.com e alexandraz@feevale.br)

banca 8: Sabores da historia de Novo Hamburgo

Ana Lúcia Lopes Ramos¹; Jaqueline Chaves¹; Monica Santos¹; Vladimir Smaniotto¹; Alexandra Marcella Zottis²

O resumo apresenta trabalho desenvolvido por acadêmicos do Curso de Turismo na disciplina de Comunicação Turística e Marketing com o objetivo de identificar um produto gastronômico representativo de Novo Hamburgo. Em relação aos procedimentos metodológicos, os alunos realizaram um levantamento inicial junto aos hamburguenses, visando à identificação de pratos representativos da memória coletiva local. O pão com schmier, nata e salsichão, servido há mais de 50 anos pela Banca 8, no centro da cidade, recebeu o maior número de referências. Num segundo momento, o grupo procurou a comerciante Erna Ruth Petry, uma das idealizadoras do produto, para obtenção das mais informações acerca da história dessa iguaria, documentando o depoimento em áudio e vídeo. A entrevistada também confirmou seu interesse em ter a sua criação mais relacionada à imagem gastronômica e turística do município. Os resultados foram apresentados em sala de aula e compartilhados com a Diretoria de Turismo da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Tecnologia, Trabalho e Turismo (SEDETUR), que manifestou interesse em parcerias para incluir no material publicitário promocional o pão com schmier, nata e salsichão como produto gastronômico representativo de Novo Hamburgo

Palavras-chave: BANCA 8: SABORES DA HISTÓRIA DE NOVO HAMBURGO

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (anawlopes@hotmail.com e alexandraz@feevale.br)

VISITAS TÉCNICAS NA FEEVALE COM MERENDEIRAS DA REDE MUNICIPAL DE ENSINO DE CAMPO BOM/RS

Jaqueline Luisa München¹; Roslaine Kovalczuk de Oliveira Garcia²

O projeto de extensão continuada “Turismo e Gastronomia: unindo sabores e saberes” está sendo desenvolvido no biênio 2014/2015 e conta com a parceria entre os cursos de Graduação em Turismo e Tecnólogo em Gastronomia da Universidade Feevale. Tem como objetivo contribuir para qualificação da gastronomia regional como atrativo turístico cultural nos municípios de Campo Bom e Novo Hamburgo, por meio de ações extensionistas de educação patrimonial voltados à comunidade escolar de ensino fundamental -estudantes e merendeiras- e empreendedores gastronômicos e turísticos. Nesse sentido, dentre as atividades realizadas no ano de 2014, destacam-se visitas técnicas no campus II da Feevale com as merendeiras da Rede Escolar de Ensino Infantil e Fundamental de Campo Bom, além de duas oficinas técnicas gastronômicas realizadas dentro do projeto. Assim, foram realizadas visitas técnicas nos dias 26 de setembro com 23 beneficiadas e 24 de outubro com 21 beneficiadas. O itinerário de visita contou com a parceria de diversos setores da Instituição. Iniciou com a recepção do grupo no Laboratório de Turismo com uma explanação sobre o projeto de extensão, após o grupo visitou a rádio e a TV Feevale com uma explicação sobre o trabalho e funcionamento de uma gravação. A caminhada seguiu pelo campus até o Espaço Cultural do Teatro Feevale onde as participantes apreciaram as obras de arte com acompanhamento da monitora do local. Para finalizar, o grupo seguiu até o espaço da Enogastronomia onde participou de uma oficina gastronômica de risoto culminada pela degustação do prato. Observa-se que a atividade foi acompanhada pelos bolsistas e acadêmicos de extensão do projeto. Contou ainda, com a participação de acadêmico de extensão do Jornal Comunidade que realizou os registros fotográficos e entrevistas. Com esta ação constatou-se a importância das trocas de experiências entre a comunidade e a academia oportunizada pelas práticas extensionistas.

Palavras-chave: Turismo. Gastronomia. Qualificação. Empreendedorismo. Atrativo.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (jaquelinemunchen@hotmail.com e roslainek@cpovo.net)

PRODUTO TURÍSTICO MILAN FASHION TOUR

Soleidi Anacleto¹; Ellen Benckenstein¹; Mary Sandra Guerra Ashton²

Esse trabalho tem como objetivo apresentar uma experiência turística inovadora de especialização profissional no ramo do Design de moda que proporcionará cultura, aprendizado, diversão e profissionalização certificada em um curto espaço de tempo – O Milan Fashion Tour. Foi utilizado o método exploratório descritivo numa pesquisa qualitativa. Milan Fashion Tour é um produto turístico direcionado principalmente aos profissionais, acadêmicos e simpatizantes do ramo do Design de Moda. Consiste em uma Viagem Guiada por sete dias pela Capital Mundial da Moda, a Famosa Milão, com atrativos que unem cultura, aprendizado, diversão e profissionalização, com certificação garantida. O participante assistirá Palestras, participará de cursos, debates e visitas em pontos de importância no mundo na moda, ao Milano Fashion Institute que é referência na formação de profissionais da área e também um aprofundamento no assunto moda sustentável. Como meta temos a inserção do ramo turístico nas demais áreas de atuações profissionais existentes e a popularização dos produtos turísticos como método de ensino e aprendizagem apresentando em um pacote turístico palestras, tours e debates com focos específicos. Entre os resultados concluiu-se que a ideia de um tour que une diversão, passeio e aprendizagem, atende às necessidades na formação dos profissionais e interessados superando suas expectativas, fugindo da rotina de que é possível aprender somente dentro de uma sala de aula e desmitificar o fato de que é possível utilizar o Turismo somente como uma forma de diversão, mas sim como uma inovadora ferramenta de aprendizagem, diversão e forma de adquirir experiências profissionais, despertando a curiosidade do público interessado, com um investimento justo, e uma forma de promover e reforçar a ideia de sustentabilidade, com a possibilidade de gerar lucros e destaque pessoal.

Palavras-chave: Turismo. Profissionalização. Inovação. Moda. Milão.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (tuttyanacleto@gmail.com e marysga@feevale.br)

SANTOS CAMINHOS

Luis Donato Dilly¹; Jussara Vera Marmitt¹; Juliana Prudencio de Latorre¹; Rosi Souza Fritz²; Roberto Kieling²

Este estudo tem como objetivo criar um roteiro religioso na cidade de Ivoti, incluindo as Igrejas Católicas do Centro e a Ermida de Nossa Senhora de Schoenstatt, proporcionando aos visitantes e comunidade conhecer mais da história de Ivoti e a saga da comunidade Católica em relação a “Igreja Velha” e a atual Igreja Matriz e junto a isso trazer uma Réplica de nossa Senhora de Schoenstatt. A metodologia utilizada é de aplicação de questionários via ferramenta Google docs. para 78 pessoas. Acredita-se que a maioria das pessoas entrevistadas tem interesse em participar do roteiro. Este estudo tem como objetivo criar um roteiro religioso na cidade de Ivoti, incluindo as Igrejas Católicas do Centro e a Ermida de Nossa Senhora de Schoenstatt, proporcionando aos visitantes e comunidade conhecer mais da história de Ivoti e a saga da comunidade Católica em relação a “Igreja Velha” e a atual Igreja Matriz e junto a isso trazer uma Réplica de nossa Senhora de Schoenstatt. A metodologia utilizada é de aplicação de questionários via ferramenta Google docs. para 78 pessoas. Acredita-se que a maioria das pessoas entrevistadas tem interesse em participar do roteiro.

Palavras-chave: Turismo religioso. Roteiros. Igreja Católica.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (donatodilly@yahoo.com.br e rosifritz@terra.com.br)

TURISMO CINEMATOGRAFICO UM ESTUDO SOBRE O CINEMA E SUA INFLUENCIA NA ESCOLHA DE UM DESTINO TURISTICO

Camila Scholles¹; Rosi Souza Fritz²

A cinematografia nacional e internacional vem se utilizando de cenários turísticos para a locação de seus filmes. Muitos destinos, antes pouco conhecidos, passam a fazer parte das escolhas dos viajantes. Diante disso, o presente estudo apresenta como tema influência dos filmes na decisão da escolha do destino turístico. Tem como objetivo geral investigar a influência dos filmes cinematográficos nas escolhas do destino turístico e como objetivos específicos abordar a relação entre cinema e turismo, conceituar o Turismo Cinematográfico, descrever os principais filmes que tem como cenários destinos turísticos e verificar junto aos indivíduos que assistem filmes a influência dos mesmos na escolha dos destinos de suas viagens. A metodologia utilizada para este estudo é a pesquisa exploratória descritiva com abordagem metodológica de caráter qualitativa. Os procedimentos técnicos são pesquisa bibliográfica e de campo a fim de responder o problema que trata de saber se a escolha dos destinos de viagens pode ser influenciado pelos filmes cinematográficos. Como resultado parcial, entende-se que os filmes são importantes na escolha dos destinos turísticos.

Palavras-chave: Turismo. Cinema. Turismo Cinematográfico. Cenários Turísticos.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (camilax_15@hotmail.com e rosifritz@terra.com.br)

EIERSCHIMIER: PRODUTO GASTRONÔMICO DE MORRO REUTER

Marieli de Alexandre Kaspar¹; Soleidi Anacleto¹; Carolina da Costa¹; Larissa Brum¹; Alexandra Marcella Zottis²

Esse resumo apresenta trabalho desenvolvido pelas acadêmicas do Curso de Turismo na disciplina de Comunicação Turística e Marketing com o objetivo geral de identificar um produto gastronômico representativo à comunidade de Morro Reuter e representativo à imagem turística do município. Como procedimentos metodológicos as alunas realizaram pesquisa junto aos moradores mais antigos, que apontaram a Eierschimier como um dos pratos mais relacionado à memória coletiva da população. Durante o levantamento, o grupo constatou que a receita produzida basicamente com ovos é originária do repertório alimentar dos imigrantes alemães que povoaram a região e integrava o cotidiano das famílias como incremento do pão no café da manhã. Os depoimentos sobre o preparo da iguaria e as suas relações com a história de Morro Reuter foram documentados em vídeo e áudio e permitiram também demonstrar a forte ligação da Eierschimier com as lembranças afetivas dos descendentes de alemães. Verificou-se, também, a importância da inclusão da Eierschimier no cardápio dos cafés coloniais da região, como forma de valorização dos pratos emblemáticos relacionados à colonização germânica. Os resultados obtidos foram apresentados em sala de aula e motivaram ainda o interesse da mídia regional, abrindo espaço às alunas para compartilhar as informações e as experiências de valorizar os aspectos identitários e culturais na promoção do Turismo. (Feevale)

Palavras-chave: Turismo. Gastronomia. Morro Reuter. Eiershmier. Café Colonial

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (mari_kaspar@hotmail.com e alexandraz@feevale.br)

ACESSIBILIDADE NO ZOOLOGICO DE SAPUCAIA

Eliana Franciele Buhs¹; Letícia Galieti¹; Tais Cappellari da Silva¹; Rosi Souza Fritz²; Roberto Kieling²

A acessibilidade é um fator de grande importância na atualidade. Todo e qualquer cidadão, independente da sua condição física, tem o direito de ir e vir. As barreiras que surgem no dia-a-dia é que impossibilitam esta ação, tornando muitos locais públicos e privados restritos às pessoas com deficiência física. O projeto que elaboramos visa implementar melhorias de acesso dentro do Zoológico de Sapucaia, para facilitar a locomoção de cadeirantes e pessoas com mobilidade reduzida. A partir da visita de estudos *in loco*, elaborada pelo grupo, foi possível confirmar os fatores de suspeita e diagnosticar demais problemas que surgiram ao longo da pesquisa. As possíveis soluções de infraestrutura, incluindo as melhorias de acesso, ajustam o espaço para receber todo e qualquer tipo de público, oferecendo melhor comodidade e conforto em seus recintos, o que traria um aumento na demanda de seus visitantes e, conseqüentemente, um ajuste econômico na oferta turística disponibilizada pelo Zoológico.

Palavras-chave: Acessibilidade. Turismo. Cadeirantes. Sapucaia. Zoológico.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (elianafranciele@hotmail.com e rosifritz@terra.com.br)

OS PARQUES TEMÁTICOS HARRY POTTER DE LONDRES E ORLANDO UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DA SAGA HARRY POTTER NA ESCOLHA DE DESTINOS DE PARQUES TEMÁTICOS

Tatiane Fetter¹; Rosi Souza Fritz²

O presente estudo tem como objetivo geral investigar a influência das obras literárias e cinematográficas da saga Harry Potter na escolha de destinos de Parques Temáticos. Como objetivos específicos, busca conceituar Turismo e Parques Temáticos, caracterizar o Universo Harry Potter e seus Parques e verificar, junto aos indivíduos que visitaram ou possuem interesse de visitar os parques e as agências e operadoras de turismo, se as obras literárias e cinematográficas da saga Harry Potter influenciam na escolha da viagem. Quanto à metodologia utilizada para a elaboração deste estudo, caracteriza-se como exploratória e descritiva, de abordagem qualitativa, tendo como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo, utilizando autores da área do Turismo. A pesquisa de campo foi realizada com indivíduos que já visitaram um ou ambos os parques, ou que têm interesse em visitar, e com agências e/ou operadoras que comercializam os parques envolvidos no Universo Harry Potter. Diante disso, verificou-se que a saga literária e cinematográfica pode influenciar na escolha de destino de Parques Temáticos.

Palavras-chave: Parques Temáticos. Saga Harry Potter. Turismo. Universo Harry Potter.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (tatiane.fetter@gmail.com e rosifritz@terra.com.br)

PARQUE TEMÁTICO FOLCLÓRICO

Fábio Alex Correa de Almeida¹; Jacques Moraes Cima¹; Mary Sandra Guerra Ashton²

Objetivo (Usar verbo propor/avaliar/demonstrar/apresentar): Esse trabalho tem como objetivo apresentar uma nova opção de entretenimento turístico que oferece o máximo de diversão em um curto espaço de tempo - O Parque Temático Folclórico. **Método** Foi utilizado o método exploratório descritivo numa pesquisa qualitativa. **Descrição do Trabalho:** Esse projeto é um Parque Temático envolvendo o Folclore Brasileiro com atrações voltadas a vários públicos e com um ambiente caracterizado que representa as culturas populares brasileiras. **Meta:** A meta é aumentar o interesse turístico no folclore brasileiro apresentando atrações caracterizadas, apresentações teatrais, shows musicais, tendas de comidas típicas regionais, etc. **Resultados da Pesquisa:** Entre os resultados concluiu-se que inovando com a ideia de um parque temático com temas folclóricos, pode-se atender às necessidades e expectativas do mercado turístico, com ideia inovadora, fugindo dos padrões norte-americanos de parque temático, despertando a curiosidade da população, com maior economia, sustentabilidade e com a possibilidade de gerar lucros.

Palavras-chave: Turismo. Criatividade. Inovação. Parque Temático. Folclore.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (ultrafabio@gmail.com e marysga@feevale.br)