

VISUALIZAÇÃO DA AÇÃO DE EXTENSÃO

DADOS DA AÇÃO DE EXTENSÃO

Código:	PJ877-2022
Título:	TURISMO, HOTELARIA E SEGMENTAÇÃO: PROPOSTAS INOVADORAS
Ano:	2022
Período:	09/08/2022 a 30/12/2022
Tipo:	PROJETO
Situação:	EM EXECUÇÃO
Município de Realização:	
Espaço de Realização:	
Abrangência:	Nacional
Público Alvo:	Discentes, docentes e pesquisadores
Unidade Proponente:	CCTA - DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA / UFPB
Unidade Orçamentária:	-
Outras Unidades Envolvidas:	
Área Principal:	TRABALHO
Área do CNPq:	Ciências Sociais Aplicadas
Fonte de Financiamento:	FINANCIAMENTO INTERNO (EDITAL PROEX Nº 02/2022 - FLUEX 2022)
Convênio Funpec:	NÃO
Renovação:	NÃO
Nº Bolsas Solicitadas:	0
Nº Bolsas Concedidas:	0
Nº Discentes Envolvidos:	3
Faz parte de Programa de Extensão:	NÃO
Grupo Permanente de Arte e Cultura:	NÃO
Público Estimado:	190 pessoas
Público Real Atendido:	Não informado
Tipo de Cadastro:	SUBMISSÃO DE NOVA PROPOSTA

Contato

Coordenação:	ADRIANA BRAMBILLA
E-mail:	adrianabrambillaa@yahoo.com.br
Telefone:	

Detalhes da Ação

Justificativa:
O turismo, compreendido como o deslocamento voluntário de pessoas para locais distintos de sua residência, possui uma amplitude de atuação, pois é considerado um fenômeno de dimensões política, econômica, social, cultural, educativa e ambiental (DIAS, 2005). Essa amplitude de atuação permite, conseqüentemente, uma diversidade de opções de atividades. Mas, muitas vezes, a escassez de informações pode dificultar a oferta adequada de atividades turísticas, conduzindo a um processo de homogeneização, ou ainda de massificação na compreensão de que se um determinado tipo de turismo tem tido sucesso em uma localidade, ele deve ser replicado nas demais. Neste ponto, há que se compreender que na atualidade os consumidores buscam cada vez mais satisfazer seus desejos e necessidades e para isso contam com um vasto leque de opções. Ao mesmo tempo, os viajantes querem ter experiências diferenciadas dos seus cotidianos e de suas viagens anteriores. Embora o enfoque econômico seja enfatizado em diversas pesquisas, devido à capacidade de geração de emprego e renda do turismo, a oferta de serviços e produtos turísticos homogêneos pode comprometer a competitividade entre os destinos, uma vez que os consumidores não perceberão diferenciais e suas escolhas se darão com base exclusivamente em preços, por exemplo. Neste sentido, buscando um conhecimento mais aprofundado dos segmentos turísticos contemporâneos, propõem-se o levantamento e discussão das distintas possibilidades de se praticar a atividade turística. Existe uma compreensão de que a oferta turística deve se basear tanto nos recursos naturais e culturais, característicos do núcleo receptor assim como nos desejos e necessidades dos turistas, mas, além disso, deve-se atentar para a importância de customizar essa oferta e de buscar diferenciais que conduzam a um posicionamento dos destinos. Parte-se do entendimento que o turismo deve proporcionar vivências nos destinos visitados, pois a atividade turística é

consequência da vontade, do desejo do tempo, da possibilidade e do desprendimento de recursos financeiros pelo lado da demanda (MASCARENHAS; MOSS, 2018). Por isso, o turismo para existir e crescer depende de uma oferta articulada. Há que se compreender inicialmente que as pessoas se deslocam para conhecer outras localidades motivadas por vivenciar distintas experiências, isto é, os turistas buscam, em suas viagens, conhecer algo diferente, por isso, o turismo deve proporcionar uma experiência única, englobando diversas atividades que compõem a oferta. Neste contexto, este estudo visa elaborar uma coletânea de cartilhas e vídeos sobre os segmentos turísticos inovadores que possam contribuir para que os locais turísticos proporcionem experiências customizadas aos seus visitantes. Diante do exposto, a presente proposta busca colaborar com os cursos de turismo, hotelaria e áreas correlatas de forma a manter um intercâmbio com os diversos setores da sociedade, a fim de demonstrar as possibilidades dos segmentos e nichos turísticos que podem ser desenvolvidos. Através dessa proposta, os discentes e docentes participantes do projeto, assim como o público-alvo, poderão aprofundar seus conhecimentos sobre as diversas áreas em que podem exercer suas atividades, conhecer as exigências do mercado e com isso se prepararem melhor; além de estreitar as relações com os possíveis empregadores e se motivarem para o desenvolvimento de suas habilidades e competências, inclusive para a iniciativa empreendedora. No que se refere ao Departamento de Turismo e Hotelaria e aos departamentos que abrigam cursos de áreas relacionadas, o projeto contribuirá significativamente para uma maior motivação dos docentes e discentes, para uma amplitude dos segmentos em que podem exercer suas profissões, uma divulgação dos cursos ofertados e o conhecimento das oportunidades e ameaças, de forma a maximizar seus pontos fortes e minimizar ou eliminar os pontos fracos, oferecendo assim um maior diálogo entre a academia e a sociedade. Para os estudantes envolvidos, esta será uma oportunidade de fomentar o espírito participativo, colaborando, principalmente, para que se tornem profissionais comprometidos com a sociedade, objetivando contribuir para o desenvolvimento da sua região e do país (CASTRO, 2002) como empreendedores, podendo ainda atuar tanto no Brasil, como no exterior.

Resumo:

O turismo tem se apresentado como uma atividade de grandes possibilidades e assim contribuído para o crescimento econômico de várias localidades. Contudo, a oferta de serviços e produtos turísticos homogêneos pode comprometer a competitividade entre os destinos. E com base neste fato, o presente projeto tem como objetivo principal desenvolver uma coletânea online sobre os segmentos turísticos inovadores com o intuito de fomentar o desenvolvimento do turismo no Brasil de forma diferenciada e atendendo às características dos destinos turísticos. Assim, serão realizadas pesquisas bibliográficas e documentais para a definição e contextualização dos segmentos. Após essa etapa, serão desenvolvidas análises ambientais mercadológicas de forma a produzir cartilhas e vídeos que abordarão os segmentos com informações que abrangem desde o contexto histórico até as orientações aos órgãos do setor públicos e empresas da iniciativa privada, que tenham interesse em desenvolver esses segmentos. As cartilhas serão disponibilizadas no sistema open access, através da editora CCTA/UFPB, de forma a apresentar aos gestores públicos e privados, os potenciais identificados e as perspectivas dos segmentos analisados. No que se refere aos vídeos, serão produzidos e disponibilizados no sistema open access no YOU TUBE GCET OFICIAL e terão conteúdos sobre os segmentos turísticos estudados de forma a constituírem material de consulta disponibilizado aos agentes públicos e privados dos setores de turismo, hotelaria e afins, assim como aos docentes, discentes e pesquisadores das áreas de hospitalidade. Os resultados esperados são o incentivo e a capacitação dos gestores com o intuito de que os segmentos tragam uma nova visão sobre a localidade e suas potencialidades econômicas, ambientais e culturais. A proposta contribui também para o fortalecimento da relação ensino, pesquisa e extensão, ao trazer significativos aportes para as disciplinas que lidam com as temáticas da gestão e do marketing turístico e hoteleiro, assim como para os participantes do projeto, pois irá promover a construção do conhecimento de forma ativa e participativa, na busca de incrementar o turismo e a hotelaria.

Metodologia:

Para o alcance dos objetivos aqui propostos, será realizada uma pesquisa documental e bibliográfica que, segundo Raupp e Beuren (2006, p. 86), "tem como objetivo recolher informações e conhecimentos prévios acerca de um problema para qual se procura respostas ou acerca de uma hipótese que se quer experimentar". Essas pesquisas contribuirão para a formação do arcabouço teórico e irão desempenhar um papel fundamental na análise dos dados coletados nas pesquisas de campo, bem como na formulação das ações que serão propostas. De após analisadas à luz dos dados obtidos nas pesquisas bibliográfica e documental, permitirão a obtenção de informações e a construção do necessário conhecimento para a formulação de ações. A escolha da pesquisa qualitativa foi em razão deste estudo ser voltado aos aspectos da realidade que não podem ser simplesmente quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais (TRACY, 2019). No entanto, ressalta-se que embora a pesquisa seja predominantemente qualitativa, o estudo fará em determinados momentos e com dados específicos, o uso de análises quantitativas, pois essa será de importante valia para o entendimento de situações e, por consequência, irá fornecer subsídios para que a análise qualitativa possa explicar o fenômeno avaliado de forma mais completa. O grupo participante deste projeto de extensão se reunirá semanalmente, para a organização e coordenação das atividades. Tal prática também possibilitará que os discentes tenham acesso às dimensões de extensão e pesquisa, como complementares e indissociáveis. Destaca-se ainda, que esse projeto pretende elaborar uma coletânea de cartilhas, através da editora CCTA, e vídeos no YOU TUBE GCET OFICIAL, ambos de acesso livre que serão disponibilizados aos representantes públicos e privados do setor turístico, hoteleiro e demais áreas afins, assim como à sociedade em geral. Com isso, o resultado pretendido será o de capacitar e de orientar os gestores na melhoria do atendimento aos visitantes atuais e potenciais, tendo como premissa o aprimoramento ou desenvolvimento de segmentos diferenciados com foco na conservação, na divulgação e na valorização da cultura local e na sustentabilidade. Nesse sentido, esse projeto terá a possibilidade de apresentar os potenciais identificados, as perspectivas com o turismo em razão da valorização dos recursos culturais e naturais e uma nova visão sobre as potencialidades econômicas, culturais e ambientais.

Referências:

BRAMBILLA, A. Cultura e Enoturismo: um estudo na Região Demarcada do Douro. Alemanha: NEA, 2015
CASTRO, C. A. A pesquisa discente nos cursos de graduação em biblioteconomia e ciência da informação. Transinformação. Campinas, v. 14, n. 1, p. 49-53, 2002. CRAVENS, D; PIERCY, N. Strategic Marketing, McGraw-Hill Education, 2008. CRAWSHAW, C.; URRY, J. Tourism and the photographic eye in Rojek, C. e Urry, J. (eds) Touring cultures. London: Routledge, 1997. CRESCITELLI, E.; SHIMP, T. Comunicação de marketing. Integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação, 8a. ed, Cengage Learning, 2012. DIAS, R. Introdução ao turismo. São Paulo: Atlas, 2005. HARVEY, D. Condição pós-moderna. São Paulo: Edições Loyola, 1997. KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de Marketing. 14. ed., São Paulo: Pearson Education do Brasil,

2012. MASCARENHAS, R. G. T.; MOSS, O. F. As Cervejarias de Ponta Grossa: uma análise histórica e cultural. In: LAVANDOSKI, J.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. Alimentação e Cultura: oferta e segmentos turísticos. João Pessoa: CCTA, 2018. RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicável às Ciências Sociais. In I. M. Beuren (Ed.), Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática. 3rd ed., pp. 76-97, São Paulo: Atlas, 2006. RICHARDS, G. Creativity and tourism: the state of art. Annals of tourism research, 2011. RIES, A.; RIES, L. A Origem das Marcas. 1 ed., 2005. RIZZO, E. Uma análise comparativa entre o Marketing de Massa e o One to One Marketing, no cenário de empresas competitivas. São Paulo: 2005. SANCHO, A. Introdução ao turismo. São Paulo: Roca, 2001. SMITH, W. Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies. Journal of Marketing, 21, 3-8, 1956. TEODÓSIO, Armindo. O Terceiro Setor como utopia modernizadora da provisão de serviços sociais: dilemas, armadilhas e perspectivas no cenário brasileiro. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais: Gestão de Cidades) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Minas Gerais, 2002. TRACY, Sarah J. Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact. John Wiley & Sons, 2019. URRY, J. Consuming places. London: Routledge, 1995. URRY, J. The tourist gaze. London: Sage, 2002.

Membros da Equipe					
Nome	Categoria	Função	Departamento	Início	Fim
ADRIANA BRAMBILLA	DOCENTE	COORDENADOR(A)	CCTA - DTH	09/08/2022	30/12/2022
ELIDIO VANZELLA	EXTERNO	COORDENADOR(A) ADJUNTO(A)		09/08/2022	30/12/2022
ALESSANDRA SOUZA QUEIROZ	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
ANDRE LUIZ SOUZA NASCIMENTO	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
AMANDA SUELI MADEIRA PEREIRA	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
FELIPE GOMES DO NASCIMENTO	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
FRANCINETE DA SILVA GUILHERME	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
KELLY DA SILVA SOUZA	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
PRISCILA FERNANDES CARVALHO DE MELO	DISCENTE	ALUNO(A) VOLUNTARIO(A)		09/08/2022	30/12/2022
MANOELA BARBACOVI	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
MICHELLE MENESES PINTO	DISCENTE	ALUNO(A) VOLUNTARIO(A)		09/08/2022	30/12/2022
SIMONE NETO DE SANTANA OLIVEIRA	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
Marília Ferreira Paes Cesário	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
ALEX MELO BATISTA DE ARAÚJO	EXTERNO	MINISTRANTE		09/08/2022	30/12/2022
DAIKO LIMA E SILVA	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
LIS VIEIRA ARAÚJO SILVA FRANCO	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
FERNANDA BRAMBILLA	DISCENTE	ALUNO(A) VOLUNTARIO(A)		09/08/2022	30/12/2022
KENNEDY KAUFUMMAM COSTA MAFRA	EXTERNO	COLABORADOR(A)		09/08/2022	30/12/2022
Discentes com Planos de Trabalho					
Nome	Vínculo	Situação	Início	Fim	
20190083314 - PAULO ROBERTO DA SILVA GOUVEIA	VOLUNTÁRIO	ATIVO	09/08/2022	30/12/2022	
Ações Vinculadas ao PROJETO					
Código - Título					Tipo
<i>Não há ações vinculadas</i>					
Ações das quais o PROJETO faz parte					
Código - Título					Tipo
<i>Esta ação não faz parte de outros projetos ou programas de extensão</i>					
Objetivos / Resultados Esperados					
Objetivos Gerais		Quantitativos	Qualitativos		
Objetivos específicos					
Cronograma					
Descrição das atividades desenvolvidas			Período		
Pesquisa bibliográfica e documental			09/08/2022 a 27/08/2022		

Descrição das atividades desenvolvidas	Período
Análise mercadológica dos segmentos propostos em função de critérios como recursos naturais, patrimônio cultural, dados históricos, estado de conservação, capacidade e estrutura para visitantes, sinalização, serviços e produtos ofertados, entre outros.	15/08/2022 a 17/10/2022
Elaboração da coletânea dos vídeos	22/08/2022 a 30/12/2022
Elaboração das cartilhas on line para a serem disponibilizadas aos empresários, representantes do setor público, docentes e discentes e demais atores dos setores do turismo e da hotelaria de forma a orientá-los na implantação ou na melhoria dos segmentos turísticos atuais e potenciais, tendo como princípio a valorização do patrimônio cultural e a sustentabilidade.	05/09/2022 a 30/12/2022
Elaboração dos conteúdos para os vídeos da coletânea sobre as temáticas do projeto, de forma a divulgar os segmentos analisados ao trade turístico, ao setor público e à população de forma geral	12/09/2022 a 30/12/2022
Coordenação das cartilhas	10/10/2022 a 30/12/2022
Elaboração dos cases de cada segmento em estudo	10/10/2022 a 30/12/2022

Lista de departamentos envolvidos na autorização da proposta

Autorização	Data Análise	Autorizado
CCTA - DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA	25/07/2022 06:33:13	SIM

Avaliações do Projeto

Data/Hora	Parecer	Nota	Situação
25/07/2022 06:57:47	Aprovamos, conforme o edital fluex 2022		REALIZADA
25/07/2022 10:16:06	Corroborando com o parecer do avaliador, somos favoráveis a realização da ação, uma vez que atende aos requisitos do Edital FLUEX. Att. Thiago Cavalcante - Coordenador da COPAC/PROEX		REALIZADA