



Turismo, Sociedade e Ambiente **2**

Christopher Smith Bignardi Neves
(Organizador)

Atena
Editora
Ano 2021



Turismo, Sociedade e Ambiente **2**

Christopher Smith Bignardi Neves
(Organizador)

Atena
Editora
Ano 2021

Editora Chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Assistentes Editoriais

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto Gráfico e Diagramação

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da Capa

iStock

Edição de Arte

Luiza Alves Batista

Revisão

Os Autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Vanessa da Fontoura Custódio Monteiro – Universidade do Vale do Sapucaí
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Sidney Gonçalves de Lima – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Linguística, Letras e Artes

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Angéli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Conselho Técnico científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí
Profª Ma. Adriana Regina Vettorazzi Schmitt – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais
Prof. Me. Alessandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Amanda Vasconcelos Guimarães – Universidade Federal de Lavras
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Me. Carlos Augusto Zilli – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará

Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa
Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia
Prof. Me. Edson Ribeiro de Britto de Almeida Junior – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Me. Fabiano Eloy Atílio Batista – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará
Prof. Me. Francisco Sérgio Lopes Vasconcelos Filho – Universidade Federal do Cariri
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Alborno – University of Miami and Miami Dade College
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis
Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
Profª Ma. Lilian de Souza – Faculdade de Tecnologia de Itu
Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
Profª Ma. Luana Ferreira dos Santos – Universidade Estadual de Santa Cruz
Profª Ma. Luana Vieira Toledo – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
Prof. Me. Luiz Renato da Silva Rocha – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Ma. Luma Sarai de Oliveira – Universidade Estadual de Campinas
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos

Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva – Governo do Estado do Espírito Santo
Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior
Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
Prof. Me. Marcos Roberto Gregolin – Agência de Desenvolvimento Regional do Extremo Oeste do Paraná
Profª Ma. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará
Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Prof. Dr. Pedro Henrique Abreu Moura – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Rafael Cunha Ferro – Universidade Anhembí Morumbi
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Renan Monteiro do Nascimento – Universidade de Brasília
Prof. Me. Renato Faria da Gama – Instituto Gama – Medicina Personalizada e Integrativa
Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba
Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco
Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão
Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
Prof. Dr. Sullivan Pereira Dantas – Prefeitura Municipal de Fortaleza
Profª Ma. Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Universidade Estadual do Ceará
Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí
Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Bibliotecária: Janaina Ramos
Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Mariane Aparecida Freitas
Edição de Arte: Luiza Alves Batista
Revisão: Os autores
Organizador: Christopher Smith Bignardi Neves

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T938 Turismo, sociedade e ambiente 2 / Organizador Christopher Smith Bignardi Neves. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-267-5

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.675211607>

1. Turismo. I. Neves, Christopher Smith Bignardi (Organizador). II. Título.

CDD 338.4791

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access, desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

Neste segundo volume de Turismo, Sociedade e Ambiente continuamos a apresentar inquietações e discutir experiências nacionais e internacionais acerca das tendências e avanços de pesquisas em turismo, que englobam gestão, sustentabilidade, viagens, restauração e hotelaria. Neste volume pesquisadores, gestores e profissionais do turismo, apresentam os últimos desenvolvimentos na literatura acadêmica, compartilhando seus conhecimentos com vocês leitores, estudantes e pesquisadores.

Quando o primeiro volume¹ foi publicado em 2020, os impactos econômicos e sociais do turismo e da hospitalidade, derivados do período pandêmico preocupavam o setor público e privado. Após milhões de vidas ceifadas mundialmente, a vacinação proporcionou à indústria do turismo um novo recomeço.

Esta obra contribuiu para um melhor entendimento do Turismo, da Sociedade e do Ambiente, os autores apresentam o que almejam para o futuro, tanto no setor público (envolvendo a gestão de produtos e destino) e no setor privado (empresas), apresentam novos pensamento, novos modelos e novas percepções.

No *Capítulo 1*, Pedro Carvalho realiza uma revisão de literatura sobre o turismo de negócios, enfatizando os principais conceitos. No *Capítulo 2*, Laís Vicente e Lélío Rosa analisam ações sustentáveis dos restaurantes de hotéis cariocas. Nathan Oliveira, Eliane Freire e Thiana Tries abordam no *Capítulo 3* o imponente Copacabana Palace, registrando-o como um marcador na memória social. Josefa Moura, Andréia Lisboa e Giliard Ribeiro investigam no *Capítulo 4* se o entretenimento a bordo em cruzeiros marítimos representa um fator de atratividade.

No *Capítulo 5*, Karoliny Carvalho analisa o turismo rural como meio para desenvolver comunidades quilombolas em Alcântara (MA). Bárbara Ternoviski e Luiz Souza descrevem no *Capítulo 6* o roteiro do Projeto Conhecendo PG (Ponta Grossa, PR). O *Capítulo 7* apresenta os principais impactos negativos sofridos pela oferta turística de Foz do Iguaçu (PR), no estudo desenvolvido por Andressa Szekut, Ana Cristina Oliveira, Petterson Gherlhandi e Alfredo Aguiar, é abordado a crise econômica e sanitária oriunda da pandemia da COVID-19.

No *Capítulo 8*, Leylane Martins e José Villar descrevem o Aplicativo de Governança Turística, que além de aumentar a eficiência e a produtividade, auxilia no gerenciamento estratégico e operacional da gestão do turismo. Nathan Oliveira apresenta no *Capítulo 9*, a Metodologia Multicritério de Apoio à Decisão Construtivista (em inglês, *Methodology Multicriteria Decision Aid – Constructivist – MCDA-C*), instrumento que apoia tomadas de decisão e intervenção. No *Capítulo 10*, Fábila Lopes, Giovanna Gomes e Waléria Mendes retratam a importância do uso da Língua Brasileira de Sinais (Libras) em visitas guiadas, buscando deste modo romper com as barreiras da comunicação.

¹ Disponível em: <https://www.atenaeditora.com.br/post-ebook/3714>

Essa publicação oferece perspectiva diferentes do Turismo, Sociedade e Ambiente que constituem alguns marcos teóricos atualizados dos temas em análise, que são complementados com estudos de casos, boas práticas e dados relacionados a contextos turísticos. Os capítulos buscam oferecer ao leitor, comunidades acadêmicas, organizações de gestão de destinos, associações do terceiro setor e empresários do turismo *insights* sobre os desafios do turismo em contextos pré e pós-pandemia.

Boa Leitura!

Christopher Smith Bignardi Neves

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

TURISMO DE NEGÓCIOS – REUNIÕES COLETIVAS OU INDIVIDUAIS, EIS A QUESTÃO?

Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116071>

CAPÍTULO 2..... 13

GASTRONOMIA SUSTENTÁVEL: DIAGNÓSTICO DO SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS DE HOTÉIS DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

Laís Menezes Marcelino Vicente

Lélio Galdino Rosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116072>

CAPÍTULO 3..... 25

HOTELARIA COMO VALORIZAÇÃO DA MEMÓRIA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO: O COPACABANA PALACE HOTEL

Nathan Marques Oliveira

Eliane Cristina de Castro Freire

Thiana Mayara Tries

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116073>

CAPÍTULO 4..... 39

O ENTRETENIMENTO COMO FATOR DE ATRATIVIDADE DOS CRUZEIROS MARÍTIMOS

Josefa da Silva Moura

Andréia da Silva Lisboa

Giliard Sousa Ribeiro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116074>

CAPÍTULO 5..... 55

O TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO DAS COMUNIDADES DE ITAMATATIUA E SANTA MARIA EM ALCÂNTARA, MARANHÃO (BRASIL)

Karoliny Diniz Carvalho

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116075>

CAPÍTULO 6..... 66

PROJETO CONHECENDO PG: DESCRIÇÃO DO ROTEIRO HISTÓRICO CULTURAL – PRAÇA MARECHAL FLORIANO PEIXOTO

Bárbara Ternoviski

Luiz Fernando de Souza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116076>

CAPÍTULO 7	71
IMPACTOS NEGATIVOS NA OFERTA TURÍSTICA DE FOZ DO IGUAÇU EM DECORRÊNCIA DAS SUSPENSÕES DE ATIVIDADES POR CONTA DA COVID-19	
Andressa Szekut	
Ana Cristina Rempel de Oliveira	
Petterson Eduardo Souza Gherlhandi	
Alfredo Brito Aguiar	
doi https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116077	
CAPÍTULO 8	88
TECNOLOGIA MÓVEL NO TURISMO: O APLICATIVO GOVERNANÇA TURÍSTICA (GTUR)	
Leylane Meneses Martins	
José Wellington Carvalho Villar	
doi https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116078	
CAPÍTULO 9	101
MODELO MULTICRITÉRIO DE APOIO À DECISÃO CONSTRUTIVISTA NA IMPLANTAÇÃO DE HOSPEDAGEM ALTERNATIVA NO DESTINO DE ITAIPULÂNDIA/PR	
Nathan Marques Oliveira	
doi https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116079	
CAPÍTULO 10	115
A RELEVÂNCIA E DESAFIOS DA INSERÇÃO DA LIBRAS NO GUIAMENTO TURÍSTICO	
Fábia Raiane Santos Lopes	
Giovanna Adriana Tavares Gomes	
Waléria Batista da Silva Vaz Mendes	
doi https://doi.org/10.22533/at.ed.67521160710	
SOBRE O ORGANIZADOR	127
ÍNDICE REMISSIVO	128

CAPÍTULO 1

TURISMO DE NEGÓCIOS – REUNIÕES COLETIVAS OU INDIVIDUAIS, EIS A QUESTÃO?

Data de aceite: 01/07/2021

Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho

Instituto Politécnico de Viana do Castelo,
Portugal

RESUMO: As economias desenvolvidas são geralmente mercados maduros para o turismo de lazer e, por consequência, a atenção está gradualmente a mudar para as viagens de negócios. Esta realidade deve conduzir a uma reflexão por parte dos decisores e planeadores dos destinos turísticos, no sentido de compreenderem os benefícios que podem emergir da expansão do segmento ligado às reuniões de negócios, de modo a desenvolverem estratégias de planeamento mais eficientes. Com efeito, tendo em vista contribuir para um esclarecimento mais aprofundado, este capítulo apresenta uma revisão de literatura, realçando os principais conceitos associados ao turismo de negócios e destacando as diferenças substantivas neste segmento turístico.

PALAVRAS - CHAVE: Turismo de negócios, viagens de negócios, MICE

ABSTRACT: Developed economies are generally mature markets for leisure tourism and, as a result, attention is gradually shifting to business travel. This reality should lead to a reflection on the part of decision makers and planners of tourist destinations, in order to understand the benefits that can emerge from the expansion of

the segment linked to business meetings, in order to develop more efficient planning strategies. In fact, with a view to contributing to a more in-depth explanation, this chapter presents a literature review, highlighting the main concepts associated with business tourism and highlighting the substantive differences in this tourist segment.

KEYWORDS: Business tourism, business travel, MICE.

INTRODUÇÃO

As motivações que justificam a procura turística são múltiplas, nomeadamente, de ócio, recreio, férias, visitas a amigos, familiares, tratamentos de saúde, razões religiosas, negócios e razões profissionais. Segundo a *World Tourism Organization* (2019), as razões profissionais e de negócios têm obtido uma importância significativa, representando cerca de 13% das motivações para a realização do turismo internacional.

Este fenómeno de deslocações profissionais e de realização de negócios, pode conduzir ao aproveitamento do tempo livre, durante o período de permanência no país visitado, para a realização de atividades culturais, comerciais e de lazer (Cunha, 1997). Assim, Mill (2010) designa viagens “híbridas” quando o viajante combina negócios com lazer. Neste sentido, o autor destaca que o viajante pode ficar, no destino de negócios, mais dias do que os necessários para a reunião e pode

trazer elementos da família, nomeadamente, a esposa, o marido e/ou os filhos. Todavia, para alguns autores (cf. Cunha, 1997; Kellerman, 2010), as viagens de negócios não deverão ser confundidas com o turismo de negócio, embora possam conduzir, através do aproveitamento do tempo livre, à realização de atividades associadas ao turismo de lazer. Então, como deverá ser entendido o turismo de negócios?

VIAGENS DE NEGÓCIOS E TURISMO DE NEGÓCIOS

A comunidade científica tem revelado concepções diferentes acerca do conceito de turismo de negócios, embora, entre alguns investigadores seja possível encontrar algumas visões consensuais.

Segundo Wootton e Stevens (1995), o turismo de negócios está associado às “atividades de pessoas que viajam e ficam em locais fora do seu ambiente normal para fins de negócios. Inclui todas as atividades de viagem no mesmo dia e a dormida, e a principal razão de estar fora do ambiente normal é a realização de negócios” (p. 306).

Cunha (1997) e Correia e Pereira (2010) identificaram duas perspetivas fundamentais de turismo de negócios, isto é, uma perspetiva individual constituída pelos “homens de negócios” e uma perspetiva grupal ou coletiva designada por indústria MICE – *Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*.¹

Outros autores (cf. Falk e Pizam, 1991; Oppermann, 1996 b; Gets, 2008), porém, encararam o mercado de reuniões de negócios numa perspetiva meramente coletiva ou grupal.

Curiosamente, Davidson e Cope (2003), num trabalho de investigação conjunto, apresentaram uma definição que distingue as viagens de negócios de turismo de negócios. Segundo esta equipa, as viagens de negócios deveriam ser encaradas como, viagens individuais, e o turismo de negócios, como viagens coletivas (que envolvem simultaneamente a presença de várias pessoas) que visam realizar encontros de negócios, exposições ou viagens de incentivo. Estes investigadores também explicam que as viagens de negócios incluem as seguintes tipologias (Figura 1):

- As viagens individuais de negócios, que compreendem as viagens feitas por pessoas em que o emprego exige viajar de forma a ser possível realizar o seu trabalho. Por exemplo, encontrar e negociar com novos clientes ou conhecer colegas e outros escritórios/estabelecimentos de outros países;
- As reuniões, que incluem uma enorme diversidade de eventos, nomeadamente, conferências, seminários de formação, lançamento de produtos e reuniões gerais anuais realizadas por empresas;
- Exposições, também conhecidas como feiras para profissionais e para o públi-

¹ Segundo Ladkin (2006), é a indústria responsável pela realização de eventos tais como reuniões, conferências, convenções, congressos, exposições e viagens de incentivo.

co em geral;

- Viagens de incentivo, que compreendem as viagens obtidas pelos funcionários da empresa sob a forma de prémio associado ao seu desempenho;
- Hospitalidade corporativa, que consiste no entretenimento que muitas empresas concedem, por exemplo, aos seus clientes ou potenciais clientes, geralmente associadas a eventos desportivos e culturais.

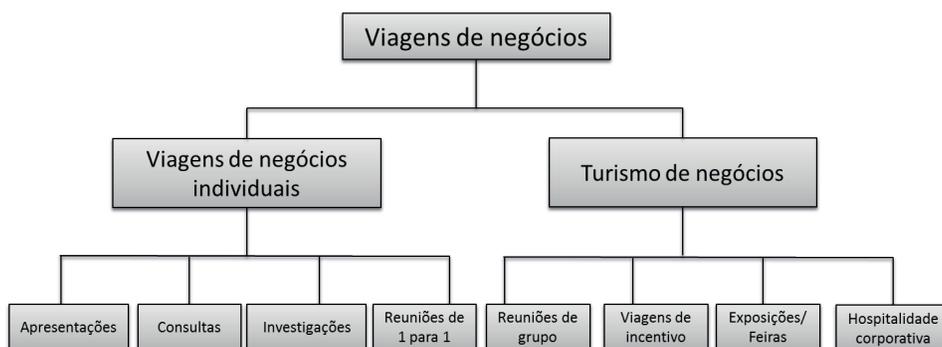


Figura 1 - Estrutura da Indústria das Viagens de negócios.

Fonte: Adaptado de Davidson e Cope (2003).

De acordo com a exposição apresentada, verifica-se que alguns autores não consideram as diferenças entre a perspetiva individual e colectiva (Wootton e Stevens, 1995; Cunha, 1997; Correia e Pereira, 2010), enquanto outros assumem claramente estas diferenças (Falk e Pizam, 1991; Opperman, 1996; Davidson e Cope, 2003; Ladkin, 2006; Gets, 2008).

Para uma melhor compreensão, é apresentada a tabela 1 com uma síntese das principais definições do turismo de negócios.

Autores	Definição
Falk e Pizam (1991), Opperman (1996), Ladkin (2006) e Gets (2008)	Turismo de negócios encarado como reuniões coletivas ou grupais.
Wootton e Stevens (1995)	Turismo de negócios visto como as atividades das pessoas que viajam e ficam em locais fora do seu ambiente normal para fins de negócios.
Cunha (1997) e Correia e Pereira (2010)	Turismo de negócios entendido, simultaneamente, numa perspetiva individual e numa perspetiva colectiva (indústria MICE).
Davidson e Cope (2003)	Turismo de negócios encarado como viagens coletivas (indústria MICE). No entanto, as viagens individuais devem ser entendidas como viagens de negócios, assim como as viagens coletivas.

Tabela 1 – Principais definições de turismo de negócios.

Fonte: Elaboração própria.

Tomando em consideração a perspectiva de Davidson e Cope (2003), o turismo de negócios deverá ser encarado numa perspectiva puramente colectiva, associada à indústria MICE - *Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*, conforme será desenvolvido seguidamente.

REUNIÕES ASSOCIATIVAS E CORPORATIVAS

Lawson (1982), num artigo puramente conceptual, manifesta que o turismo de negócios pode ser entendido como um composto resultante de duas categorias de reuniões ligadas às viagens, designadamente, i) Reuniões associativas, que se podem caracterizar como convenções ou conferências para todos os membros da associação, reuniões de quadro ou comité, *workshops*, seminários e conferências; ii) Reuniões empresariais, que se caracterizam como reuniões de gestão, reuniões de força de vendas, lançamento de produtos, reuniões de formação/treinamento e viagens de incentivo.

Weber (2001), procurando compreender as diferenças da duração entre as duas tipologias de reuniões, realça que as organizações corporativas são organizadas em períodos de tempo mais curtos do que as reuniões associativas e, por conseguinte, a participação nas reuniões associativas tende a ser consideravelmente maior do que nas reuniões corporativas.

Todavia, Oppermann e Chon (1997) acreditam que a “liberdade de escolha” que existe nas reuniões associativas aparenta ser a principal distinção em relação às reuniões corporativas, na medida em que estas reuniões são, geralmente, obrigatórias para todos os participantes. Por outro lado, nas reuniões associativas, os participantes têm de se financiarem a eles próprios ou obterem financiamento junto de uma terceira entidade. Assim, segundo Oppermann (1996), os membros da associação podem ser mesmo encarados como turistas “... que têm uma extensa escolha de diferentes conferências e em diferentes localizações, com vários custos e em diferentes épocas” (p.176).

Para Weber (2001), o local para as reuniões, no caso das reuniões corporativas, é frequentemente determinado pela localização dos negócios e das sedes, enquanto que, no caso das reuniões associativas, depende bastante dos executivos das associações e das percepções dos planeadores de reuniões acerca do destino.

A visão de Guizzardi (2005) acerca deste assunto reforça a posição Oppermann e Chon (1997), na medida em que explica que a decisão de comprar uma viagem, no caso das reuniões corporativas, de um modo geral, não é tomada pelos viajantes, mas pelos diretores das empresas (são os únicos que têm conhecimento acerca dos custos da viagem, processos de compra e dos vários aspetos ligados à viagem).

Davidson e Rogers (2006) destacam também que a diferença fundamental entre as reuniões corporativas e as reuniões associativas está ligado ao facto de representar um custo para as empresas, enquanto que para as associações representa uma fonte de

fundos (através da cobrança aos delegados por participarem) que poderá ser determinante para a sobrevivência da própria associação (pagamento de salários, aluguer da sede, entre outros aspetos...).

Para uma melhor compreensão das características das reuniões tendo em conta a sua tipologia, torna-se pertinente apresentar uma síntese das principais diferenças entre reuniões associativas e corporativas, conforme se poderá analisar na tabela 2.

Reuniões associativas	Reuniões corporativas
O número de delegados pode ser centenas, ou até mesmo, milhares.	O número de delegados tende a ser mais pequeno. Geralmente menor do que 100 e muitas vezes poucas dezenas.
O processo de decisão para a escolha do destino pode ser longo e complexo, muitas vezes envolvendo um comité.	O processo de decisão para escolher o destino é mais rápido e mais simples. Muitas vezes feito por uma pessoa.
Os gastos do delegado por dia tendem ser moderados, uma vez que são os próprios que pagam.	Os gastos do delegado por dia tendem a ser mais elevados, porque são geralmente as empresas que pagam.
As reuniões prolongam-se por vários dias, ou até mesmo, 1 semana.	As reuniões são geralmente mais curtas e muitas vezes realizam-se apenas num dia.
Para as associações, as conferências representam uma oportunidade para fazer lucro, que pode ser usado para pagar as suas próprias despesas correntes.	Para as empresas, estes eventos representam um custo.
Muitos eventos são realizados em grandes centros de conferências.	Muitos eventos são assegurados em salas de seminários e hotéis.
O <i>lead-time</i> para uma conferência de uma organização pode ser de vários anos.	O <i>lead-time</i> para conferência em empresas é geralmente mais curto do que para associações.
As reuniões são raramente canceladas.	As reuniões podem ser canceladas mais facilmente, sobretudo em períodos de maiores dificuldades financeiras para a empresa.
Os delegados são bem-vindos a participar e programas de eventos paralelos são muitas vezes planeados para eles.	Os delegados são raramente encorajados a participar.

Tabela 2 - Principais contrastes entre as reuniões corporativas e associativas.

Fonte: Adaptado de Holloway, Humpreys e Davidson (2009).

Oppermann e Chon (1997) também referem que a assistência em reuniões associativas pode dividir-se em membros participantes e membros não participantes (que podem incluir membros de família, colegas e amigos) que têm um papel importante no estímulo à participação.

No que respeita à realização de reuniões corporativas, Davidson e Rogers (2006) apontam algumas das razões para a realização desta tipologia de reuniões fora das instalações da empresa, designadamente, falta de capacidade nas suas instalações, necessidade de afastar os funcionários do ambiente normal e rotineiro do trabalho (para ajudá-los a pensar mais criativamente), vontade de recompensar os funcionários

assegurando o evento numa localização atrativa (geralmente com elementos de lazer incorporados) e a necessidade de assegurar a confidencialidade de certos assuntos entre alguns membros da empresa.

Todavia, Gustafson (2012) destaca que o gestor de viagens é a pessoa na empresa que desenvolve e implementa a política de viagens e, geralmente, desempenha funções em regime de *part-time*, tendo pouca autoridade formal e *status* (frequentemente é secretário da direção ou assistente administrativo). Por isso, geralmente, este gestor sente necessidade de apoio da parte da direção de topo para que possa implementar a política de viagens². Por outro lado, a cultura da organização pode ser um facilitador do trabalho destes gestores, nomeadamente, em organizações onde há programas com restrições financeiras ou consciencialização para os custos³.

Weber (2001) salienta ainda que os planeadores das associações utilizam mais os serviços dos *Conventions and Visitor Bureaus* (CVBs), em comparação com os planeadores de reuniões corporativas. O estudo deste investigador revela também que os CVBs são uma fonte bastante favorecida pelos planeadores de reuniões, comparada com fontes alternativas (empresas de seleção de locais e software) e que a principal razão para os planeadores de reuniões não usarem os serviços dos CVBs estava associada ao desejo de lidar/negociar diretamente com os fornecedores. A propósito, num estudo aplicado a planeadores de eventos nos EUA, Alexander et al. (2012) também explicam que, as interações pessoais, particularmente desenvolvidas pelos *Conventions and Visitor Bureaus* (CVBs), são o canal de comunicação que fornece a quantidade de informação mais elevada e útil, em relação às várias variáveis identificadas como relevantes relacionadas com a escolha do local para a realização do evento.

Conforme é possível compreender, o mercado dos congressos e convenções está estruturado em dois grandes segmentos – reuniões corporativas e reuniões associativas, que, por sua vez, apresentam uma grande variedade de eventos. Aliás, a ICCA (2010) aclara mesmo a extensa diversidade de tipologias de eventos que se integram nas reuniões associativas, nomeadamente, reuniões médicas, científicas, académicas, associações empresariais, profissionais e sociais.

No entanto, Holloway, Humpreys e Davidson (2009), apresentam uma perspetiva um pouco diferente sobre o enquadramento destes eventos, salientando que além das associações, empresas e organizações políticas e governamentais realizarem reuniões numa base regular, existem outros tipos de organizações – as *SMERF Meetings – Social, Military, Educational, Religious and Fraternal Meetings*, que fazem reuniões frequentemente,

² Gustafson (2012) destaca no seu estudo que as principais tarefas do gestor de viagens profissional está associado a: (i) Desenvolvimento e implementação da política de viagens; (ii) Cooperação com a agência de viagens; (iii) Estabelecimento de acordos com os fornecedores; (iv) Standardização da rotina de pagamentos; (v) Utilização das estatísticas das viagens; (vi) Comunicação e obtenção de apoio dentro da organização.

³ Para Gustafson (2012), o status e o prestígio associado aos cartões de fidelização e outros benefícios materiais obtidos pelos viajantes das companhias aéreas, são muitas vezes um obstáculo à criação de políticas de viagens que exigem escolhas com maior racionalização (voos *low-cost*, viagens em 2ª classe...).

designadamente, as reuniões sociais (reuniões de pessoas que têm uma finalidade de interação social, nomeadamente, colecionadores ou grupos de interesses particulares), reuniões de militares (que envolve pessoas que estiveram nas forças armadas numa determinada altura da vida), reuniões educacionais (que envolvem académicos, professores e investigadores ligados a uma determinada área científica), reuniões religiosas (reunião de pessoas ligadas por uma mesma fé para discutirem um determinado tópico) e reuniões fraternais (reunião de pessoas ligadas a organizações fraternais, por exemplo, reuniões de antigos alunos – *alumni*).

Em sintonia com a última perspectiva estão Davidson e Rogers (2006) e apresentam as principais características dos segmentos de mercado governamental e SMERF, conforme se poderá analisar na Tabela 3.

Governamental	SMERF
<ul style="list-style-type: none"> • Considerável variedade em termos de duração do evento e orçamento disponível. • Geralmente os orçamentos são escrutinados, uma vez que o dinheiro público está a ser utilizado. • Altas medidas de segurança são indispensáveis: Estas reuniões são geralmente acompanhadas com manifestações. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensíveis ao preço a respeito das taxas de acomodação e do local da reunião. • Asseguradas por voluntários – existe frequentemente dificuldade em identificar pessoas disponíveis. • Frequentemente realizadas ao fim-de-semana e em períodos de menores picos de procura • Os delegados trazem muitas vezes os seus esposos e familiares e tendem a estender a viagem a propósitos de lazer.

Tabela 3 - Características dos segmentos de mercado governamental e SMERF.

Adaptado de Davidson e Rogers (2006).

VIAGENS DE INCENTIVO

Para Davidson e Cope (2003), as viagens de incentivo são viagens memoráveis e agradáveis, pagas pela entidade patronal, com o objetivo de motivar os funcionários de forma a atingirem os objetivos da empresa. Geralmente, a existência de concursos está associada à realização destas viagens. Por isso, é frequente a empresa recompensar com a viagem os funcionários que apresentaram a melhor *performance* (por exemplo, obtiveram as melhores vendas). Segundo estes investigadores, as viagens de incentivos têm características de ser únicas, de se utilizar a fantasia e o exotismo nas experiências, exclusivas e com atividades e desportos.

A propósito, Pike (2008) explica que o planeamento das viagens de incentivo é mesmo muito adaptado às necessidades do grupo, tende a ser muito criativo em termos

de locais de reuniões e atividades⁴ e, deste modo, tende a gerar ganhos médios elevados.

Para Holloway, Humpreys e Davidson (2009), a viagem de incentivo é o nome concedido à viagem que é, geralmente, atribuída a grupos de empregados que foram premiados com uma viagem de luxo e totalmente paga pela empresa como compensação do seu desempenho. Para estes investigadores, a maior parte das pessoas que beneficiam das viagens de incentivos são membros da força de vendas da empresa. Por isso, as empresas utilizam as viagens de incentivos, frequentemente, como uma técnica de recompensa que visa estimular a competição na força de vendas da empresa.

Para Kozul e Brozovic (2012), as viagens de incentivo também são um método de marketing que tem como objetivo estimular os funcionários de uma certa empresa e melhorar o funcionamento da mesma. A viagem de incentivo é uma viagem estimulante dada como um prémio aos melhores funcionários de uma certa empresa e tem substituído o clássico estímulo – prémio monetário. Assim, as empresas podem agradecer, motivar e compensar os funcionários pela lealdade e trabalho árduo investido na eficiência da empresa, levando-os a uma interessante viagem de incentivo. Os programas de incentivo, segundo os autores, podem incluir: golfe, passeios de barco, *rafting*, passeios de bicicleta, *paintball*, safaris, etc...

Os principais elementos ligados à indústria de incentivos são os mesmos que são usados no turismo de lazer, nomeadamente, companhias aéreas e outras formas de transportes, acomodação de hotéis, atrações turísticas, guias, lojas e eventos culturais e desportivos e tende a utilizar hotéis de 4 e 5 estrelas e restaurantes exclusivos com eventos e acesso privilegiado (Holloway, Humpreys e Davidson, 2009).

Segundo Holloway, Humpreys e Davidson (2009), *Incentive Travel House* é o termo atribuído à agência que concebe programas de incentivos de acordo com o perfil das empresas clientes (empresas que utilizam as viagens de incentivos como técnica para incentivar os seus funcionários). Por conseguinte, são profissionais que desenham as regras de competição dos funcionários e de seleção dos vencedores, escolhem o destino e as atividades da viagem de incentivos, como também planeiam toda a logística da viagem, incluindo o transporte, acomodação e serviço de *catering*.

Os organizadores profissionais de viagens de incentivos, para Kozul e Brozovic (2012), são empresas que têm como objetivo obter lucro e organizações/instituições sem fins lucrativos, tais como: Organizações governamentais internacionais (ex. Nações Unidas, União Europeia, OCDE, NATO), organizações não-governamentais internacionais, governos de países, governos locais ou regionais, universidades, instituições científicas, partidos políticos, centros de investigação, associações profissionais, associações desportivas e outras organizações não lucrativas nacionais e internacionais.

⁴ Estas viagens podem também incluir uma conferência ou seminário, ou uma simples visita de um membro sénior da gestão da empresa para congratular os funcionários (Davidson e Cope, 2003).

Exposições e Feiras

Segundo Davidson e Cope (2003, p. 193), “os principais propósitos das exposições são gerar vendas, promover novos produtos, manter ou criar contatos industriais e atuar como locais que facilitam a troca de ideias e informação entre expositores, especialistas da indústria e visitantes”.

Holloway, Humpreys e Davidson (2009) salientam que, embora seja comum utilizar-se a palavra “exposição” de uma forma genérica, as exposições podem ser distinguidas das feiras, na medida em que as primeiras destinam-se ao público em geral e as segundas destinam-se a visitantes empresariais. Estes autores explicam também que, os visitantes de exposições são pessoas que pretendem comprar ou encontrar informação acerca de um produto ou serviço que necessitam para consumo próprio. Por outro lado, o público que visita as feiras, segundo Holloway, Humpreys e Davidson (2009, p.297), são pessoas que procuram produtos ou serviços que “são vitais para o funcionamento efetivo do seu negócio”.

Para Davidson e Cope (2003), as exposições/feiras também se podem dividir em 2 categorias:

- Feiras para profissionais, que são eventos *business-to-business*, geralmente restritas para quem procura produtos ou serviços para utilização nos seus negócios ou profissões.
- Feiras para consumidores, que são geralmente abertas ao público e que visam apresentar qualquer produto ou serviço suscetível de ser comprado (exs. automóveis, férias, material de cozinha, oportunidades de investimento, etc...).

Como vantagens, as feiras são proveitosas para os visitantes, nomeadamente, pelo acesso a uma enorme diversidade de produtos ou serviços que procuram encontrar, a possibilidade de comparar, demonstrar e até mesmo, cheirar e provar, discutir e encontrar respostas cara-a-cara com pessoas que têm um profundo conhecimento sobre o produto ou serviço que está a ser promovido. Por outro lado, também apresentam vantagens para os expositores, nomeadamente, encontros com clientes ou potenciais clientes, concedem oportunidades às empresas para serem mais visíveis no mercado, melhorarem a sua imagem e obterem um *feed-back* imediato dos produtos ou serviços, como também, uma oportunidade para analisar as empresas concorrentes (Davidson e Cope, 2003).

HOSPITALIDADE CORPORATIVA

A hospitalidade corporativa poderá ser encarada como um método para melhorar e promover os relacionamentos com os atores “chave” da organização, estabelecer e manter uma imagem positiva e, até mesmo, para melhorar a *performance* do próprio negócio (Davidson e Cope, 2003).

Para Davidson e Cope (2003), a hospitalidade corporativa envolve empresas a convidar pessoas para participar, sem qualquer custo, num evento memorável ou atividade organizada, geralmente durante um dia ou até menos. Segundo estes autores, os eventos podem ser experiências participativas (ex. participar num dia de golf) ou eventos com expectadores (ex. convidar para assistir a uma ópera ou ballet).

Os eventos ligados à hospitalidade corporativa podem ser classificados em diferentes tipos de atividades, designadamente, eventos desportivos (exs. grandes Prémios, jogos de futebol, torneios de ténis ou de golf, etc...), eventos com participação (exs. lições de voo, tiro aos patos, corridas em circuitos, rallies, etc...), espetáculos (exs. exposições, teatros, espetáculos de verão, espetáculos de flores e jardinagem, etc...) e viagens e *tours* (exs. dias de compras, mini-cruzeiros, estadias de fim-de-semana, passeio de um dia, etc...).

CONCLUSÃO

A revisão de literatura desenvolvida permitiu compreender que as viagens de negócios poderiam ser encaradas sob duas vertentes, designadamente, viagens de negócios individuais e turismo de negócios.

As viagens de negócios individuais estão ligadas às viagens realizadas pelas pessoas cujo trabalho leva-as a viajar e, os seus objetivos, geralmente, estão a associados à realização de negócios com clientes ou fornecedores, trabalhar em colaboração com colegas de outros escritórios ou realizar um trabalho cuja própria natureza implica a obrigatoriedade de viajar, nomeadamente, investigações e consultas (Davidson e Cope, 2003; Holloway, Humpreys e Davidson, 2009).

O turismo de negócios, muitas vezes designado por indústria *MICE – Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*, envolve a realização de: (i) Reuniões de grupo, que estão associadas a uma enorme diversidade de eventos, nomeadamente, conferências, seminários, lançamento de produtos e reuniões gerais; (ii) Exposições e Feiras, cuja finalidade consiste em vender e promover produtos, trocar informações e ideias, e manter ou criar contactos junto de potenciais clientes ou fornecedores; (iii) Viagens de Incentivo, que compreendem as viagens obtidas pelos funcionários da empresa sob a forma de prémio associado ao seu desempenho; e (iv) Hospitalidade corporativa, que consiste no entretenimento concedido por muitas empresas a clientes ou potenciais clientes com o objetivo de criar uma imagem mais positiva e melhorar os relacionamentos estabelecidos, por exemplo, eventos desportivos, espetáculos, viagens e *tours* (Davidson e Cope, 2003).

REFERÊNCIAS

- Correia, M. R. e Pereira, R. (2010). Turismo de Negócios: Viabilidade e Potencial. *Dos Algarves*, 19, 60 - 78
- Cunha, L. (1997). *Economia e Política do Turismo*. Amadora: McGraw-Hill
- Davidson, R. e Cope, B. (2003). *Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel*. Essex: Pearson Education
- Davidson, R. e Rogers, T. (2006). *Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events*. Oxford: Butterworth-Heinemann
- Falk, E. T. e Pizam, A. (1991). The United States' Meetings Market. *International Journal of Hospitality Management*, 10 (2), 111 - 118
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution and Research. *Tourism Management*, 29, 403 - 428
- Guizzardi, A. (2005). A New Approach in Business Travel Survey: Multivariate Techniques for Strata Design. In M. Vichi, P. Monari, S. Mignani, e A. Montanari (eds.), *New Developments in Classification and Data Analysis*, (pp. 311-316). Heidelberg: Springer
- Gustafson, P. (2012). Managing Business Travel: Developments and Dilemmas in Corporate Travel Management. *Tourism Management*, 33, 276 – 284
- Holloway, C., Humpreys, C. e Davidson, R. (2009). *The Business of Tourism* (8th ed.). Essex: Pearson Education Limited
- International Congress and Convention Association (ICCA, 2010). *The International Association Meetings Market 2000 – 2009: Abstract for Non-members*. Amsterdam: Autor
- Kellerman, A. (2010). Business Travel and Leisure Tourism: Comparative Trends in a Globalizing World. In J. Beaverstock, B. Deruder, J. R. Faulconbridge e F. Witlox (eds.), *International Business Travel in the Global Economy* (pp. 165-175). Surrey: Ashgate
- Kozul, M. e Brozovic, I. (2012, November). *Tourism Congress as a Special Type of Tourism*. Paper presented at the 11th Global Forum on Tourism Statistics, Reykjavik, Iceland
- Ladkin, A. (2006). Conference Tourism – MICE Market and Business Tourism. In D. Buhalis e C. Costa (eds.), *Tourism Business Frontiers – Consumers, Products and Industry* (pp. 56-66). Oxford: Elsevier
- Lawson, F. R. (1982). Trends in Business Tourism Management. *Tourism Management*, 3 (4), 298 – 302
- Mill, R. C. (2010). *Tourism the International Business*. Zurich: Jacobs Foundation
- Oppermann, M. (1996). Convention Destination Images: Analysis of Association Meeting Planners' Perceptions. *Tourism Management*, 17 (3), 175 - 182

Oppermann, M. (1996 b). Convention Cities – Images and Changing Fortunes. *The Journal of Tourism Studies*, 7 (1), 10 - 17

Oppermann, M. e Chon, K.-S. (1997). Convention Participation Decision-Making Process. *Annals of Tourism Research*, 24 (1), 178 - 191

Pike, S. (2008). *Destination Marketing – An Integrated Marketing Communication Approach*. New York: Routledge

Weber, K. (2001). Meeting planners' and Evaluation of Convention and Visitor Bureaus. *Tourism Management*, 22, 599 – 606

Wootton, G. e Stevens, T. (1995). Business Tourism: A Study of the Market for Hotel-Based Meetings and its Contribution to Wales's Tourism. *Tourism Management*, 16 (4), 305 – 313

World Tourism Organization (2019). *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421152>.

SOBRE O ORGANIZADOR

CHRISTOPHER SMITH BIGNARDI NEVES - É natural de Londrina, norte do Paraná. Capricorniano, sempre esteve ligado ao universo educacional e acadêmico. Participou de inúmeras palestras e eventos. cursou licenciatura em Pedagogia na Universidade Estadual do Paraná – Campus Paranaguá, especializando-se em Gestão Escolar (Instituto Superior do Litoral do Paraná), Questão Social pela Perspectiva Interdisciplinar (Universidade Federal do Paraná, Setor Litoral) e Coordenação Pedagógica (UFPR). Se aperfeiçoou em Gênero e Diversidade na Escola (UFPR). É Mestre em *Gestión y Dirección de Equipos* pela *Escuela Nacional de Negocios de Barcelona*. Com ímpeto para desbravar o mundo, e atendendo a um desejo juvenil cursou Tecnologia em Gestão de Turismo (UFPR, Setor Litoral), apaixonado pela área, no Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná analisou o Turismo LGBT, temática ainda recente na academia. *Studyholic* assumido, à época de publicação deste livro encontra-se matriculado no curso de Doutorado em Geografia pela Universidade Federal do Paraná, linha de pesquisa Produção do Espaço e Cultura. Possui publicações em *reports*, periódicos e capítulos de livros; é o organizador da obra “Homocultura e as novas formas de Ler a Sociedade” (2019), “Interconexões: Saberes e Práticas da Geografia” e “Turismo, Sociedade e Ambiente” (2020) ambos por esta mesma editora. Após muitos carimbos no passaporte, por meio da Smithbig Consultoria de Viagens auxilia pessoas a concretizarem seus sonhos, além de ser Coordenador Pedagógico na Prefeitura Municipal de Paranaguá. Também já desenvolveu atividades na UFPR como professor formador e tutor a distância, atuou como professor no Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) pelo Instituto Federal do Paraná. Pode ser contatado através do e-mail smithbig@ufpr.br ou no Instagram em [@smithbig](https://www.instagram.com/smithbig).

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acessibilidade 40, 115, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125

Alimentos 11, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 72, 77, 78

Artesanal 57, 59, 60, 61, 62

Atratividade 9, 11, 39, 43, 48, 49, 53

Atrativos 26, 27, 35, 36, 42, 45, 52, 55, 56, 59, 61, 62, 63, 66, 67, 70, 72, 77, 78, 80, 83, 87, 88, 89, 91, 92, 95, 97, 108, 110

C

Cidades 15, 37, 43, 61, 62, 68, 77, 86, 103, 105, 113, 118

Competitividade 18, 22, 56, 75, 86, 114

Comunidade 2, 26, 28, 35, 38, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 74, 89, 98, 101, 103, 106, 107, 108, 110, 111, 112, 117, 121, 122

Copacabana Palace 9, 11, 25, 26, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37

Crise 9, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 81, 84, 86

Cruzeiros 9, 11, 10, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54

Culturais 69

Cultural 11, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 33, 34, 36, 38, 55, 56, 58, 62, 65, 66, 67, 68, 69, 108, 119, 120

D

Demanda 13, 44, 54, 56, 57, 73, 75, 76, 84, 85, 86, 90, 92, 93, 95, 96, 97, 104, 108, 110, 111, 116, 123

Desenvolvimento 11, 6, 23, 38, 54, 55, 99, 103, 114

Diversidade 127

E

Economia 11, 15, 16, 28, 37, 38, 40, 43, 57, 64, 65, 71, 72, 73, 86, 87, 90, 92, 99, 101, 102, 103, 104, 106, 108

Economia Compartilhada 101, 102, 103, 106

Empresas 9, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 13, 15, 18, 22, 23, 26, 42, 45, 53, 72, 74, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 87, 89, 90, 91, 99, 103, 113

Entretenimento 9, 11, 3, 10, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 49, 50, 51, 52, 53

Equipamentos 26, 27, 28, 35, 42, 49, 55, 56, 59, 63, 64, 77, 91, 92, 97, 103, 108, 110, 122

Eventos 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 19, 21, 26, 31, 33, 34, 35, 78, 80, 87, 119, 120, 123, 127

G

Gastronomia 11, 13, 16, 17, 22, 24, 34, 42, 120

Gerenciamento 9, 18, 22, 74, 88, 89, 98

Guias 8, 64, 72, 76, 77, 78, 115, 116, 117, 121, 123, 124, 125

H

Hospedagem 12, 13, 14, 15, 16, 23, 25, 26, 27, 29, 32, 34, 35, 36, 41, 75, 77, 78, 80, 83, 84, 85, 87, 97, 101, 103, 104, 105, 106, 108, 111, 112, 113, 114

Hospitalidade 9, 3, 9, 10, 23, 42, 54, 58, 64, 87, 101, 116

Hotel 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 22, 25, 26, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 37, 38

Hotelaria 9, 11, 13, 15, 16, 22, 24, 25, 26, 27, 31, 35, 36, 38

I

Identidade 25, 29, 31, 32, 34, 35, 36, 38, 56, 93, 94, 108, 110, 111

Impactos 9, 12, 28, 71, 72, 73, 74, 76, 78, 81, 82, 85, 101, 111

Infraestrutura 26, 27, 35, 43, 53, 91, 101, 102, 103, 108, 110, 111, 114

Internacional 1, 30, 38, 40, 43, 54, 57, 73, 76, 78, 122, 123

L

Lazer 1, 2, 6, 7, 8, 27, 39, 40, 42, 43, 44, 51, 52, 53, 56, 57, 61, 62, 65, 75, 77, 108, 116, 118, 119, 120, 121

Libras 9, 12, 115, 116, 117, 118, 122, 123, 124, 125

M

Marketing 8, 11, 12, 18, 22, 23, 24, 90, 95, 97, 98, 108, 114

Microempresas 80, 81, 83

Museu 66, 67, 68, 69

N

Navios 40, 41, 42, 43, 44, 45, 52, 53

P

Pandemia 9, 10, 70, 71, 72, 73, 76, 77, 78, 81, 82, 86

Passageiros 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 52, 53

Patrimônio 25, 26, 30, 33, 35, 36, 38, 55, 56, 58, 62, 66, 67, 69, 119

Planejamento 16, 29, 37, 38, 54, 56, 58, 63, 64, 65, 70, 72, 74, 76, 79, 85, 88, 90, 91, 112, 113, 114

Ponta Grossa 9, 66, 67, 69, 70

Q

Quarentena 72, 76, 77, 79, 82, 83, 85

S

Sociedade 2, 9, 10, 13, 14, 15, 16, 18, 23, 27, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 38, 65, 87, 90, 92, 102, 118, 121, 122, 127

Surdos 116, 117, 118, 121, 122, 123, 124, 125

Sustentabilidade 9, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 22, 23, 55, 58, 63, 64, 74, 101, 106, 111, 114

T

Tecnologia 12, 24, 39, 40, 50, 88, 89, 90, 91, 98, 99, 102, 103, 104, 127

Turismo 2, 9, 10, 11, 12, 1, 2, 3, 4, 8, 10, 11, 13, 16, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 45, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 82, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 97, 98, 99, 101, 103, 104, 105, 106, 108, 111, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 123, 124, 125, 127

Turista 27, 37, 87, 90, 93, 95, 97, 108, 115, 116, 117, 118, 120, 121, 124



Turismo, Sociedade e Ambiente **2**

-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br



Turismo, Sociedade e Ambiente

2

-  www.arenaeditora.com.br
-  contato@arenaeditora.com.br
-  [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)
-  www.facebook.com/arenaeditora.com.br