

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM HOTELARIA**

PAULO VINÍCIUS FURTADO FONTES

**GRANDES EVENTOS E ADAPTABILIDADE HOTELEIRA: UM
ESTUDO SOBRE EVENTOS DE CULTURA GEEK EM SÃO PAULO**

ORIENTADORA: PROF(A.) DRA. PATRÍCIA OLIVEIRA DE FREITAS

**SEROPÉDICA – RJ
2022**

PAULO VINÍCIUS FURTADO FONTES

**GRANDES EVENTOS E ADAPTABILIDADE HOTELEIRA: UM
ESTUDO SOBRE EVENTOS DE CULTURA GEEK EM SÃO PAULO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ, especificamente ao Instituto de Ciências Sociais Aplicadas (ICSA), como parte das obrigações necessárias para obtenção do título de Bacharel em Hotelaria.

Orientador(a): Prof^ª. Dra. Patrícia de Oliveira Freitas

PAULO VINÍCIUS FURADO FONTES

**GRANDES EVENTOS E ADAPTABILIDADE HOTELEIRA: UM
ESTUDO SOBRE EVENTOS DE CULTURA GEEK EM SÃO PAULO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada à
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
(UFRRJ – Campus Seropédica) como requisito
parcial para a obtenção do grau de Bacharel em
Hotelaria.

Aprovado em: __ / __ / __.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^ª. Dra. Patrícia de Oliveira Freitas
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Orientador(a)

Prof. Dra. Sueli Aparecida Moreira
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Examinador

Prof. Dr. Sérgio Domingos de Oliveira
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Examinador

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a todos os docentes e discentes do curso, especialmente aqueles que de alguma forma compartilharam suas histórias e experiências, permitindo que eu fizesse e levasse parte dela também comigo.

Aqui eu não poderia deixar de direcionar um carinho ainda mais especial à minha orientadora, Prof^a Patrícia Oliveira de Freitas, que fora fundamental na construção do presente trabalho, mesmo em meio a uma pandemia, um momento em que o distanciamento era uma clara característica entre as relações até mesmo com os mais próximos, eu posso dizer que ela foi presente e muito solícita em todos os momentos, tornando a nossa “tarefa” muito mais tranquila e harmoniosa.

Além desses, eu gostaria de agradecer também aos meus familiares pelo apoio durante esse período, todos foram importantes no meu dia a dia, sobretudo minha mãe e meu irmão. Todo o suporte para que eu pudesse ser não somente um bom aluno, mas também uma boa pessoa, ciente das minhas responsabilidades e do meu potencial.

E por último, e não menos importante, eu não poderia, em hipótese alguma, deixar de agradecer ao Lucas, minha dupla não só durante a elaboração dessa pesquisa, mas em toda a minha trajetória dentro da universidade, ou melhor, da nossa trajetória. Digo “nossa” pois Lucas e eu estávamos juntos em todas as disciplinas, em todos os trabalhos, em palestras, em viagens técnicas, em todos os momentos acadêmicos e como se não bastasse, na vida como um todo. Junto a ele, eu pude aprender sobre a vida, eu pude ensinar, eu pude lamentar, eu pude comemorar, eu pude falar e pude ouvir, mas sobretudo, eu pude viver e compartilhar momentos. Obrigado, por mais do que passarem pela minha vida, por fazerem parte dela nesse momento especial.

GRANDES EVENTOS E ADAPTABILIDADE HOTELEIRA: UM ESTUDO SOBRE EVENTOS DE CULTURA GEEK EM SÃO PAULO

PAULO VINÍCIUS FURTADO FONTES

LUCAS CORRÊA DE OLIVEIRA

PATRÍCIA OLIVEIRA DE FREITAS

Graduando em Hotelaria na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (paulovff@yahoo.com.br)
Graduando em Hotelaria na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (lucascorrea01_cg@hotmail.com)
Profa do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ,
Doutora em educação – UFF. e-mail: pfreitas@ufrj.br. (Orientadora)

RESUMO – A pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de analisar a adaptação hoteleira para atender ao público advindo de grandes eventos de cultura *geek* de São Paulo, a *Comic Con Experience* e a *Brasil Game Show*, tentando entender como os hotéis se preparam para receber esse público de um nicho bem específico. No qual pôde-se perceber que as adaptações variavam desde ações mais simples, como reorganização de departamentos visando a otimização dos serviços, até as mais inovadoras, como decorações temáticas. Concluindo-se que funcionam como uma boa estratégia, tanto na captação quanto na fidelização dos hóspedes.

Palavras chave: Adaptação hoteleira; Eventos; Cultura pop; Cultura *geek*; Meio de hospedagem.

ABSTRACT – The study was developed with the objective of analyzing the hotel adaptation to serve the public coming from geek culture events in São Paulo, like *Comic Con Experience* and *Brasil Game Show*, trying to understand how hotels prepare to receive this public from a very specific niche. In which it could be seen that the adaptations ranged from simpler actions, such as reorganizing departments to optimize services, until the most innovative ones, such as thematic decorations. Concluding that they work as a good strategy, both in attracting and in the fidelization of hotel guests.

Key words: Hotel adaptability; Events; Pop culture; Geek culture; Hotels.

1 INTRODUÇÃO

Pode-se afirmar que a relação entre turismo e eventos sempre foi de extrema relevância, dado que um fenômeno implicou no surgimento do outro numa interação em que ambos se beneficiam mutuamente. Esse fato que se põe presente até os dias atuais, visto que uma das maiores importâncias da realização de eventos é impulsionar o turismo em determinadas regiões e, conseqüentemente, trazer benefícios para todos os serviços relacionados a área do turismo, principalmente a de hospedagem.

Considerando o contexto histórico, é possível inferir que essa relação sempre existiu de maneira orgânica, podendo-se observar que o primeiro evento que se tem registro na história, os Jogos Olímpicos da Era Antiga, que aconteceram em 776 a.C, em Olímpia, na Grécia, foi o responsável por impulsionar o começo do turismo, dado que pessoas vinham de longe para



Anais **XIII CIAH - XI Mostra Internacional de Trabalhos Científicos de Hotelaria**
Foz do Iguaçu, 08 a 10 de novembro de 2021

participar e assistir ao evento. Ademais, de acordo com Andrade (2002) apud Oliveira (2014, p. 43), também ocasionou a primeira ideia do que seria hospedagem, que consistia em “um local inviolável com a finalidade de permitir o repouso, a proteção e a privacidade aos atletas de fora, convidados a participar das cerimônias religiosas e das competições desportiva”.

De modo geral, a associação desses fenômenos proporcionou o surgimento do turismo de eventos, pois os eventos são capazes de impulsionar a atração de turistas, movimentando somas relevantes para o setor hoteleiro e demais empresas ligadas ao mesmo. Além disso, Dias (2003) complementa dizendo que apesar de seu objetivo principal ser voltado para a reunião de pessoas com aspirações semelhantes, os eventos ainda cria empregos e renda para a comunidade receptora, gerando riquezas e oportunidades através do giro de capital. Desta forma, Oliveira (2014, p.30) afirma que “o evento está presente em todos os setores econômicos, pois permite promover marcas, divulgar e comercializar produtos ou serviços e atingir público-alvo”. E ainda neste sentido, Coutinho e Coutinho (2007, p. 2) expressa que “ao participar de um evento, o ser humano enriquece a sua vida emocional e social, educa seus sentidos, prioriza seu olhar, adquire uma nova visão do mundo, absorve novos conhecimentos e vive novas experiências”.

Atualmente, um tipo de evento que tem se popularizado e atraído grandes públicos são os com temáticas voltadas para a cultura jovem, como por exemplo as feiras, convenções e festivais. Estes, com participantes conhecidos como *geeks*, que consistia em uma parte da cultura juvenil que explora constantemente a tecnologia de informação e comunicação, possuindo ainda grande apego a séries, filmes, jogos e tudo que possa estar relacionado a esse universo (SANTOS, 2019), ou seja um público diferente, que constitui uma parcela significativa do mercado atual. Dentre os principais eventos de cultura jovem, podem-se destacar dois mais conhecidos, a *Comic Con Experience (CCXP)*, uma convenção de cultura pop com atrações voltadas para as principais áreas dessa indústria, como filmes, séries, histórias em quadrinhos e vídeo games, e a *Brasil Game Show (BGS)*, uma feira anual de vídeo games repleta de atrações voltadas para a categoria de e-sports e tecnologias, ambos realizados em São Paulo.

Em relação aos turistas desses eventos, faz-se necessário ressaltar que esses tendem a ter seu gasto médio consideravelmente maior que os de turistas de lazer, assim como sua estadia mais prolongada, como fora citado por Coutinho e Coutinho (2007), o que implica na alta procura por hospedagem, esta por sua vez, predominantemente, em hotéis. Essa preferência, portanto, pode ser justificada tendo em vista o grande porte que os hotéis têm, aliado à sua capacidade de atender esse grande público advindo desses eventos. Bem como, por sua grande



Anais *XIII CIAH - XI Mostra Internacional de Trabalhos Científicos de Hotelaria*
Foz do Iguaçu, 08 a 10 de novembro de 2021

relevância que possibilita a criação de parcerias entre os hotéis e as organizações dos eventos, proporcionando vantagens para ambas as partes.

Desse modo, o presente estudo tem intuito de analisar a adaptabilidade hoteleira quanto as oportunidades advindas dos eventos voltados para o público *geek*, em São Paulo, tomando como base dois eventos com essa temática, a *Comic Con Experience* e a *Brasil Game Show*, visando compreender de que modo os serviços hoteleiros são elaborados ou adaptados para atender a essa demanda eventual. Uma vez que a realização desses eventos na cidade impacta de diversas formas o turismo e, conseqüentemente, a hotelaria, resultando na necessidade de identificar quais são os meios de hospedagem que atendem o público desses eventos e como fazem para atraí-los. Assim como, analisar se o meio de hospedagem tende a adaptar algum serviço durante esse período, entender como o mesmo se prepara para assistir a este público e buscar compreender quais são as maiores vantagens e desafios proporcionados pelo atendimento aos participantes provenientes desses eventos.

2. A Importante Relação Entre Turismo e Eventos

O turismo pode ser entendido como um conglomerado de atividades e serviços que se relacionam durante a realização de uma viagem, estes sendo, meios de hospedagem, transportes, serviços de alimentos e bebidas, e outros mais relacionados aos turistas, consistindo na ideia de pessoas saindo de suas casas a fim de conhecer novos lugares e culturas, em busca de lazer, entre outros (IGNARRA, 2013). De modo geral, o turismo impacta fortemente na economia mundial, segundo Cunha (2009), o mesmo pode também ser definido como “as atividades econômicas decorrentes das deslocamentos e permanência dos visitantes”, pois esse fenômeno incita o aumento do consumo de bens e serviços nas regiões, auxilia na rotatividade de capital e proporciona diversos benefícios. Indício de que o turismo é de grande importância para as regiões é o fato de que a pandemia de covid-19, nos anos de 2020 e 2021, inviabilizou grande parte das atividades turísticas e resultou em prejuízos significativos para diversas regiões¹.

Quanto a eventos, estes consistem em reuniões de um grupo de pessoas ou empresas em um determinado local e data, tendo como objetivo compartilhar informações, discutir ideias, divulgar produtos e serviços, celebrar acontecimentos importantes e promover encontros de caráter cultural, social, esportivo, entre outros (ZANELA, 2004). Ademais, podem ser classificados de diversas formas, quanto a sua categoria, área de interesse, localização,

¹ AGUIAR, Sofia. Turismo no país tem prejuízo de R\$ 65,6 bi na pandemia, diz FecomercioSP. São Paulo: UOL, 2021. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2021/04/22/turismo-no-pais-tem-prejuizo-de-r-656-bi-durante-pandemia-diz-fecomerciosp.htm>> Acesso em: 26 de jul. de 2021.

características estruturais e tipologias (BRITTO; FONTES, 2002), também sendo de grande importância econômica para a região em que são realizados, trazendo consigo grandes benefícios.

Desta forma, o deslocamento de pessoas para uma determinada região com intuito de participar de um evento, consiste no que entendemos como o turismo de eventos, que tem como objetivo o combate à sazonalidade, reduzindo os impactos da mesma na região, promoção da economia, trazendo lucros para todo o *trade* turístico, e atração de novos públicos. Assim, proporcionando um impulso das atividades ligadas ao setor e servindo como boa estratégia para auxiliar no desenvolvimento econômico das regiões. Cabe ressaltar ainda que o turismo de eventos é de extrema relevância também para os aspectos sociais e culturais da região sede, destacando-se através da valorização da sua cultura e dos seus patrimônios materiais e imateriais (SCALABRINI; DALONSO, 2019).

2.1 Os Eventos de Cultura Pop em São Paulo

É notório que a promoção de eventos nas regiões se coloca de grande importância para as mesmas, tendo em vista a visibilidade que traz para os locais e todos os benefícios proporcionados. Neste sentido, um nicho de eventos que tem se popularizado e conquistado atenção de uma parcela significativa da população, são os eventos de cultura popular de massa, também conhecido como cultura pop, mais especificamente o público geek.

Como fora proposto por Soares (2014), cultura pop pode ser entendida como:

[...] conjunto de práticas, experiências e produtos norteados pela lógica midiática, que tem como gênese o entretenimento; se ancora, em grande parte, a partir de modos de produção ligados às indústrias da cultura (música, cinema, televisão, editorial, entre outras) e estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante (SOARES, 2014, p. 41).

Ou seja, tudo que atrai e é de interesse do público *geek* que consiste em pessoas que voltam sua atenção para determinadas áreas do entretenimento como a ficção científica, os livros, histórias e filmes fantasiosos, os jogos eletrônicos, entre outros (MCCAIN et al., 2015 apud BASTOS; ELICHER, 2021).

Alguns dos maiores eventos voltados para este público que fora comentado anteriormente, são a *Comic Con Experience* (CCXP) e a *Brasil Game Show* (BGS), ambos realizados na cidade de São Paulo, responsáveis por movimentar este cenário de cultura pop. Entretanto, ambos os eventos tiveram suas últimas edições presenciais realizadas no ano de 2019, isso devido a ocorrência da pandemia, que exigiu com que as organizações se adaptassem,

reinventassem e promovessem edições virtuais de seus eventos nos anos seguintes².

2.1.1 Comic Con Experience

A *Comic Con Experience*, também conhecida como CCXP, é um evento de cultura pop realizado no pavilhão de exposições São Paulo Expo, na cidade de São Paulo, como exposto na figura 1, similar a *San Diego Comic-Con*, realizada na Califórnia, nos Estados Unidos. A convenção é feita com atrações das principais áreas relacionadas a cultura pop, como filmes, séries, vídeo games e histórias em quadrinhos, oferecendo diversos estandes culturais e arenas com jogos, concursos de *cosplay* e atrações musicais, além de palcos com artistas internacionais divulgando lançamentos de filmes e séries, tanto da TV quanto do cinema.

Figura 1 – Edição de 2019 da *Comic Con Experience*.



Fonte: Exame, 2019³.

O evento teve sua primeira edição realizada no ano de 2014, e recebeu um público de 97 mil participantes, em 2019 este público chegou a marca de 280 mil pessoas, desde então, ao longo de seus seis anos de história, o evento recebeu mais de 1 milhão de pessoas ao todo, tornando-se o maior evento do nicho de toda a América Latina.⁴ Quanto ao seu público, é

² CCXP cancela evento físico e anuncia edição online para dezembro. Istoé Dinheiro, 2020. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/ccxp-cancela-evento-fisico-e-anuncia-edicao-online-para-dezembro/>>. Acesso em: 26 de jul. de 2021.

PENILHAS, Bruna. BGS Day: Programação do evento online é revelada. São Paulo: IGN Brasil, 2020. Disponível em: <<https://br.ign.com/brasil-game-show-2020/83389/news/bgs-day-programacao-do-evento-online-e-revelada>>. Acesso em: 26 de jul. de 2021.

³ Imagem disponível em: <<https://exame.com/negocios/ccxp-bate-recorde-de-publico-e-se-consolida-como-a-maior-do-mundo/>>. Acesso em: 26 de jul. de 2021.

⁴ Informações acerca de uma melhor descrição do evento disponíveis em: <<https://www.ccxp.com.br/a-ccxp>>

possível dizer que este é, predominantemente, composto por jovens, estes também conhecidos como *nerds* ou *geek*, que consiste em fãs de tecnologias, *games*, histórias em quadrinhos, livros, filmes, séries, etc. Além disso, nota-se que em sua maioria, seu público é formado por turistas que vêm de fora de São Paulo, o que aponta uma demanda maior por hospedagem.

2.1.2 Brasil Game Show

O *Brasil Game Show*, também conhecido como BGS, é um evento de vídeo games com atrações voltadas para esse universo de *e-sports* e tecnologias, como ilustrado na figura 2, definindo-se como uma feira, ela é considerada a maior do ramo de jogos da América Latina e oferece diversas atrações relacionadas ao mundo game, reunindo empresas do segmento, trazendo palcos com grandes lançamentos, personalidades dessa indústria, estandes temáticos e promovendo campeonatos de *e-sports*.

Figura 2 – Edição de 2019 da BGS.



Fonte: GloboEsporte.com, 2019⁵.

Primeiramente realizada no Rio de Janeiro, com o nome de *Rio Game Show* no ano de 2009, a BGS chegou a São Paulo em 2012 e mudou seu nome para *Brasil Game Show*, alcançando um público de 80 mil pessoas em sua primeira edição, o evento já recebeu ao todo, mais de 2,1 milhões de visitantes, sendo a sua última edição em 2019, a maior da história, com cerca de 300 mil participantes.⁶ Tendo seu foco voltado para o público mais jovem, este é o que predomina no evento, que traz, anualmente, pessoas de todo o Brasil para participar.

⁵ Imagem disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/google/amp/e-sportv/noticia/bgs-2020-e-cancelada-por-conta-da-pandemia.ghtml>>. Acesso em: 26 de jul. de 2021.

⁶ Informações acerca de uma melhor descrição do evento disponíveis em: <<https://www.brasilgameshow.com.br/sobre/>>



Anais *XIII CIAH - XI Mostra Internacional de Trabalhos Científicos de Hotelaria*
Foz do Iguaçu, 08 a 10 de novembro de 2021

2.2 O Impacto Desses Eventos na Hotelaria

Tanto a *Comic Con Experience* quanto a *Brasil Game Show*, que são eventos de grande porte, reúnem uma quantidade relevante de participantes em suas realizações, esses que significativamente são compostos por turistas advindos de fora da cidade de São Paulo para participar de suas respectivas edições. Normalmente, a maior procura desses turistas é por meios de hospedagem, visando uma permanência próximo ao local do evento durante a ocorrência dos mesmos, estes sendo predominantemente hotéis. Uma vez que os mesmos realizam parcerias com os eventos e utilizam isso como uma estratégia de marketing para alavancar suas receitas e conquistar clientes.

Todo esse público tende a impactar relevantemente em todo setor hoteleiro da cidade, influenciando nas taxas de ocupação e em todos os serviços ofertados por empresas relacionadas à hotelaria, como transportadoras, agências de viagens, restaurantes e bares, entre outros. Tornando-se necessário que todos os agentes envolvidos no trade turístico se preparem com antecedência para atender da melhor forma todo esse público circunstancial, que traz consigo uma grande demanda por bens e serviços.

De acordo com notícias levantadas, é possível confirmar que ambos os eventos, a CCXP e a BGS, são de extrema importância econômica para os hotéis da cidade de São Paulo. Por exemplo, em 2016, a realização da CCXP na cidade, proporcionou a uma rede hoteleira parceira do evento cerca de 100% na taxa de ocupação de 90% dos hotéis durante todo o final de semana do evento (MARIANO, 2016). Já, a realização da *Brasil Game Show* no ano de 2019, impactou também no número de hóspedes de um hotel parceiro, permitindo que este alcançasse uma taxa de 100% de ocupação, sendo 70% desse público advindos da BGS (TESTA, 2019).

Com grandes públicos vindo desses eventos, põe-se de extrema importância que os hotéis se preparem para fazer esse atendimento, observando quais são os setores que mais necessitam de atenção, para assim pensar em novos serviços, adaptar os já existentes e implementar mudanças. No entanto, é importante ressaltar que muitos desafios surgem com o atendimento a essa grande demanda, colocando-se necessário entendê-las e observá-las para não gerar problemas e não afetar o serviço prestado a outros hóspedes presentes no hotel. Nesse sentido, portanto, convém buscar um melhor entendimento acerca de como esses eventos de cultura pop influenciam na dinâmica do funcionamento do hotel, visto que, este tem um público grande, relevante e de um nicho diferente, para desta forma, tentar compreender o seu impacto na hotelaria.



Anais *XIII CIAH - XI Mostra Internacional de Trabalhos Científicos de Hotelaria*
Foz do Iguaçu, 08 a 10 de novembro de 2021

3. METODOLOGIA

Quanto as técnicas metodológicas utilizadas no presente estudo, no que se refere ao seu objetivo foi adotada a pesquisa exploratória, que tem como objetivo principal promover uma maior proximidade com o objeto de estudo, a fim de torná-lo mais explícito e fundamentar ideias (GIL, 2007), onde buscamos explorar os impactos dos eventos voltados para cultura *geek*, nos meios de hospedagem de São Paulo que recebem o público da BGS e da CCXP. Além disso, foi utilizado uma abordagem qualitativa, que tem o intuito de descrever o problema para além de sua objetividade, buscando compreender e analisar o comportamento dos indivíduos de um determinado grupo social (DIEHL; TATIM, 2004), onde, através das perspectivas dos gestores, tentamos compreender as experiências individuais de cada meio de hospedagem durante a ocorrência dos eventos. Também, levando em consideração o contexto atual de pandemia, buscou-se compreender quais eram as expectativas dos hotéis em relação ao retorno de eventos presenciais fora e dentro dos meios de hospedagem.

Ademais, utilizamos a técnica de coleta de dados de um questionário *online*, que segundo Marconi e Lakatos (2003), permite economizar tempo e pessoal através da aplicação simultânea, observando-se ainda que proporciona maior uniformidade na avaliação. O roteiro foi estruturado com perguntas abertas e fechadas, com intenção de extrair dos meios de hospedagem, informações e detalhes acerca dos serviços prestados para com esses hóspedes advindos dos eventos. Ressalta-se que o estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ. Antes de iniciar o preenchimento do formulário os respondentes tinham acesso ao Termos de Consentimento e precisavam manifestar sua concordância em participar para acessar às perguntas.

A fim de auxiliar na fundamentação da pesquisa, foram feitos levantamentos bibliográficos, que consiste em um apanhado de pesquisas realizadas em trabalhos científicos, livros, publicações, sites, entre outros, para trazer dados relevantes acerca do tema explorado (BONI; QUARESMA, 2005). Tornando-se possível a conceituação de temas fundamentais, trazendo detalhes sobre as especificações dos eventos, do turismo, do público e do impacto da relação presente entre esses.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Baseado nas respostas adquiridas através dos questionários enviados aos meios de hospedagem da cidade de São Paulo, que atendem ao público participante dos eventos *Comic Con* e *Brasil Game Show*, foi possível reunir dados que explicam como o atendimento ocorre



Anais **XIII CIAH - XI Mostra Internacional de Trabalhos Científicos de Hotelaria**
Foz do Iguaçu, 08 a 10 de novembro de 2021

durante o período de realização dos mesmos. No geral, foram feitos contatos com cerca de vinte meios de hospedagem que ficam localizados relativamente próximos ao local de realização dos eventos e obteve-se seis retornos. Desses, três respostas foram voltadas para o atendimento ao público da CCXP, com os hotéis sendo identificados como Hotel A, Hotel B e Hotel C, e três respostas relativas aos que atendem os participantes da BGS, identificados como Hotel 1, Hotel 2 e Hotel 3.

As perguntas dispostas nos questionários tinham o intuito de identificar se os meios de hospedagem adaptavam os seus serviços para atender esse público, quais seriam os departamentos mais afetados nesse período, bem como a relação com esses hóspedes específicos. Também, sobre as expectativas dos hotéis diante ao retorno da realização de eventos presenciais após a pandemia.

4.1 Análise dos Atendimentos aos Eventos

Iniciando a análise dos meios de hospedagem que normalmente atendem ao público da *Comic Con Experience*, buscamos compreender primeiro de que forma os hotéis atraem os participantes do evento, com o Hotel A afirmando que utiliza suas redes sociais como principal ferramenta de atração e ainda utiliza a base de dados dos hóspedes que vieram nos anos anteriores, para participar do evento, enviando um código promocional para a próxima hospedagem. O Hotel B relatou que faz ações nas mídias sociais e busca parcerias com expositores e a organização do evento. Enquanto o Hotel C apontou que apostam em pacotes com condições especiais, contendo *early check-in* e *late check-out* como cortesia.

Posteriormente, quanto a oferta de serviços diferenciados no período do evento, foi relatado pelos Hotéis A e C que não ofertam nenhum, e pelo Hotel B foi indicado que organizam apresentações de cosplayers durante o café da manhã dos hóspedes, como uma forma de gerar entretenimento. Em relação a adaptação em serviços preexistentes, os Hotéis A e C disponibilizam brindes nas unidades habitacionais dos hóspedes, com os do Hotel C sendo guloseimas com embalagens relacionadas ao tema do evento, e o Hotel B oferece itens diferenciados no café da manhã. Quando perguntado se os hotéis faziam alguma decoração específica da temática do evento, as respostas positivas foram unânimes, indicando que adesivam os seus elevadores com banners de super-heróis e decoram a recepção com cartazes temáticos, com o Hotel C explicando que fecha parcerias com agências que disponibilizam essas decorações.

Tendo em vista as respostas concedidas, pôde-se observar que todos os três hotéis buscam pensar em estratégias para cativar esse público, ofertando e adaptando os seus serviços,

na tentativa de agradá-los, além de trabalhar com o aspecto da decoração temática no hotel, visando torná-lo mais familiarizado com o público *geek*. Ainda, pensam em diferentes promoções que tem como objetivo principal conquistar a fidelização desses hóspedes advindos dos eventos.

Quanto aos departamentos que mais tendem a adaptar os seus serviços, encontrou-se uma predominância no setor da Recepção, que passa por mudanças nos três hotéis. Destacando-se também os setores de Alimentos & Bebidas (A&B), Governança, Marketing e Reservas, que foram citados por dois hotéis e o setor de Eventos, que fora indicado por apenas um hotel, como detalhado na Tabela 1.

Tabela 1 - Departamentos que mais adaptam os seus serviços

Departamentos	Hotéis		
	Hotel A	Hotel B	Hotel C
Alimentos & Bebidas	X	X	
Eventos	X		
Governança	X	X	
Marketing	X		X
Recepção	X	X	X
Reservas	X	X	

Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

No entanto, apesar passar por adaptações, foi apontado pelos três hotéis que não há necessidade de fazer novas contratações para esses ou outros departamentos nesse período. Já, sobre possíveis alterações nos horários de *check-in* e *check-out*, apenas o Hotel C afirmou que realiza, dizendo que é necessário uma adaptação na escala da recepção para conseguirem ter uma melhor organização naquele momento e atender da melhor forma. Relativo à adoção de taxa diferenciadas durante o período do evento, apenas o Hotel B afirma que faz, relatando que suas tarifas são flexíveis e mudam de acordo com a disponibilidade e como é um período de alta demanda a sua tarifa tende a aumentar proporcionalmente.

Levando em consideração os questionamentos, notou-se que mesmo que muitos departamentos tenham de se adaptar para o período de realização da CCXP, contratações de novos funcionários normalmente não são necessárias, mostrando que apenas a mão de obra presente nos hotéis são suficientes para suprir a demanda. Ademais, ressalta-se que alguns departamentos precisam se reorganizar para oferecer um atendimento mais qualificado, e mesmo que a procura por estadia esteja alta, a maioria dos hotéis não aumentam seu preço,



Anais **XIII CIAH - XI Mostra Internacional de Trabalhos Científicos de Hotelaria**
Foz do Iguaçu, 08 a 10 de novembro de 2021

como geralmente ocorre.

No que diz respeito ao atendimento a esse hóspede que participa da *Comic Con Experience*, todos os hotéis relataram que não gera qualquer incômodo aos outros hóspedes presentes no meio de hospedagem, assim como nunca implementaram alguma adaptação que fora sugerida pelos mesmos. Ressaltando também, que esses hóspedes permanecem no hotel somente no período do evento, com o Hotel B apontando que em alguns casos específicos, há uma extensão da estadia para conhecer mais da cidade. Sobre a avaliação que esses hóspedes fazem em relação ao serviço prestado pelo hotel, os Hotéis A e C disseram que essa avaliação acontece através de postagens de fotos marcando os hotéis nas redes sociais, e o Hotel B através de elogios no check-out, nas redes sociais e nas plataformas do Booking e TripAdvisor.

As respostas indicam que todo o atendimento para com o hóspede é feito com excelência e não tende a gerar qualquer impacto na prestação de serviço a outros hóspedes presentes no meio de hospedagem, o que se comprova através dos elogios recebidos nas avaliações. Além disso, pressupõe-se que a estadia nos hotéis neste período está somente associada a realização do evento, dado que esta normalmente não se estende.

Sobre a questão que tinha como objetivo descobrir se os hotéis já havia adaptado seus serviços para outros eventos, o Hotel A disse que não, o Hotel B apontou que adaptou para diferentes feiras que ocorrem próximas ao hotel e que geram demanda, como por exemplo a Fórmula 1, essa que também influencia adaptações no Hotel C, que ainda modifica seus serviços para atender outros eventos esportivos realizados no seu entorno. Quanto ao aspecto da adaptação de serviços no geral, o Hotel B comentou que essas mudanças são uma boa estratégia para tentar fidelizar os clientes que vêm especificamente para o evento, sejam estes participantes ou trabalhadores, pensando sempre em uma forma de proporcionar uma experiência personalizada.

Já, referente à respostas dos hotéis que recebem o público da *Brasil Game Show*, identificou-se que, quanto as estratégias utilizadas para atrair esses hóspedes, o Hotel 1 afirmou que busca fazer, mas não deu muita informação acerca, o Hotel 2 relatou que atrai pelo preço justo em relação à qualidade dos serviços prestados, e o Hotel 3 através de ações promocionais com uma comunicação direcionada para o público. Quando perguntados se fazem alguma adaptação em seus serviços durante o período do evento, apenas o Hotel 2 declarou que faz, através de mudanças em seu restaurante, transformando seu serviço *à la carte* para *buffet*. Sobre possíveis ofertas de algum serviço diferenciado e decorações temáticas relacionadas ao evento, todos os três hotéis declararam que não fazem uso dessas estratégias.



Anais **XIII CIAH - XI Mostra Internacional de Trabalhos Científicos de Hotelaria**
Foz do Iguaçu, 08 a 10 de novembro de 2021

Considerando essas informações, foi possível compreender que os hotéis buscam fazer poucas adaptações em relação ao atendimento a esse público, não implementando ideias que visam ofertar quaisquer serviços especiais ou mudanças significativas. Apenas pensam em estratégias voltadas para a captação e conquista do público do evento, através de pacotes promocionais.

Quanto aos departamentos que mais adaptam os seus serviços, o Hotel 1 apontou que o setor de Reservas é o mais afetado, e os Hotéis 2 e 3 relataram que foram os departamentos de A&B, Governança e Recepção. Em relação a novas contratações para o período do evento, os Hotéis 1 e 3 não contratam, enquanto o Hotel 2 admite funcionários temporários, sobretudo para os departamentos de A&B, Governança e Recepção. Acerca da possibilidade de adaptarem o horário de *check-in* e *check-out*, apenas o Hotel 3 afirmou que faz, devido ao volume alto de hospedagem, visando assim entregar uma maior fluidez na prestação dos serviços e diminuir tempos de espera e filas. Já sobre a adoção de taxas diferenciadas durante o período do evento, o Hotel 1 relatou que devido ao acordo que possuem com os organizadores da BGS, criam tarifas especiais com descontos, e o Hotel 3 aumenta as taxas devido a alta demanda.

De acordo com as respostas, entende-se que a alta demanda implica na necessidade de algumas adaptações nos departamentos dos hotéis, uns mais do que outros, levando a necessidade de realizar contratações extras, ajustar horários e aumentar tarifas. No entanto, há também um ajuste tarifário que reduz o preço, que diferente do esperado, fornece desconto nas taxas, servindo como uma boa forma de conquistar o público.

No que diz respeito a forma com que os hóspedes costumam avaliar os serviços prestados, os três hotéis afirmaram que essas avaliações são feitas no momento do *check-out*, nas redes sociais e nas plataformas *Booking* e *TripAdvisor*, seja apontando elogios ou críticas. Relativo ao possível incômodo gerado pelo atendimento ao público advindo da BGS para com os outros hóspedes presentes no hotel, todos responderam que não. Essa unanimidade se manteve quando questionados se o hotel implementou alguma adaptação que fora sugerida pelos hóspedes. Já referente ao tempo de permanência dos hóspedes no hotel, os três Hotéis responderam que a estadia ocorre apenas durante o período do evento.

Sobre esse relacionamento dos meios de hospedagem com os hóspedes, foi possível perceber que há uma boa relação, mesmo que essa estadia seja curta, podendo-se observar que recebem muitos elogios pelo serviço oferecido, mas nenhuma sugestão.

Mediante a questão que buscava entender se o hotel já adaptou os seus serviços para outros eventos, todos responderam que sim, para eventos de médio e grande porte. E quanto a



Anais *XIII CIAH - XI Mostra Internacional de Trabalhos Científicos de Hotelaria*
Foz do Iguaçu, 08 a 10 de novembro de 2021

pergunta que visava saber o que o hotel poderia ter feito caso não tenha se adaptado para o evento abordado, o Hotel 3 declarou que gostaria de poder trabalhar mais a temática do evento, mas por se tratar de um hotel de bandeira econômica, relatou que não havia uma verba direcionada para isto. O que permite compreender que fatores como o porte do meio de hospedagem, tende a impactar também na hora de se pensar em um atendimento personalizado.

4.2 Expectativa Futura

Dando importância ao cenário atual mundial de enfrentamento da pandemia, que impossibilitou a realização de eventos e ocasionou consideráveis prejuízos aos empreendimentos que estão diretamente relacionados ao mesmo, como por exemplo os meios de hospedagem. Pensou-se em questionar os hotéis sobre quais eram as expectativas para a volta da realização dos eventos, de médio e grande porte, em um período pós-pandêmico.

No que se refere a essas expectativas, notou-se que, entre os hotéis que atendem ao público da *Comic Con Experience*, o Hotel A espera que o empreendimento possa retornar a atingir os níveis de ocupação e diária média, para assim conseguirem fechar o mês sem prejuízo, dando retorno aos investidores. O Hotel B tem esperança de voltar a atender a demanda que era forte e constante, sobretudo no atendimento ao público dos eventos, que têm grande importância para o setor hoteleiro e para o país. Enquanto o Hotel C aguarda que a partir do segundo semestre de 2022 tudo retorne de acordo com a demanda de 2019, que segundo eles, foi um dos melhores anos para o hotel.

Quando se tratando dos hotéis que recebem os participantes da *Brasil Game Show*, foi apontado pelo Hotel 1 que estão ansiosos para a retomada e se organizando da melhor forma para garantir a segurança e confiança dos hóspedes. Já o Hotel 3 reiterou que anseia para retomada de forma gradual do crescimento da ocupação com a volta da realização de eventos, uma vez que é a principal fonte de receita do hotel.

Especificamente sobre os eventos apresentados nessa pesquisa, identificou-se que a BGS adiou a edição que aconteceria no ano de 2021, confirmando-a somente para outubro de 2022, onde segundo eles se tornaria possível devido ao avanço da vacinação no país (PESSOA, 2021). Já sobre a realização da CCXP no ano de 2021, os organizadores confirmaram que será no formato virtual em dezembro, com sua edição próxima presencial prevista para ocorrer também em 2022 (AMENDOLA; COLETTI, 2021).

5. CONCLUSÃO

Considerando que ambos os eventos se colocam de grande importância para a cidade de



Anais **XIII CIAH - XI Mostra Internacional de Trabalhos Científicos de Hotelaria**
Foz do Iguaçu, 08 a 10 de novembro de 2021

São Paulo e são grandes geradores de lucros para os meios de hospedagem, notou-se que esses pensam em diversas estratégias para captar os participantes dos eventos visando torná-los hóspedes e conseqüentemente, em maneiras de promover uma experiência mais agradável a este público *geek* para tentar fideliza-los. Uma vez que esse nicho específico se vê representado e atraído pela cultura pop, presente em filmes, séries, games e outros, entende-se que os meios de hospedagem ao investirem em decorações temáticas, brindes personalizados e promoverem serviços diferenciados, possibilita uma maior identificação para com esse público, entregando uma vivência personalizada.

Desta forma, mesmo que para implementar essas ideias nos hotéis haja uma necessidade de adaptar os serviços em diversos departamentos, principalmente Alimentos & Bebidas e a Recepção, foi possível entender que essa estratégia se mostrou bem eficaz quando utilizada, podendo-se comprovar através das avaliações positivas feitas aos meios de hospedagem. Ou seja, mostrando que essas caracterizações podem ser transformadas em uma vantagem competitiva quando bem implementadas e executadas, funcionando como um bom diferencial.

Com a finalidade de complementar o presente estudo, indica-se, portanto, que outras pesquisas poderiam ser feitas levando em consideração outros pontos de vistas e sendo produzidas em outros momentos. Sugerimos por exemplo, uma que se atente à percepção do público *geek* para com os meios de hospedagem, buscando compreender o que mais os agradam e o que procuram. Assim como, realizar a pesquisa a partir da técnica de estudo de caso, podendo estar presente como um hóspede participante dos eventos, analisando com profundidade os serviços de um hotel direcionados a este público.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMENDOLA, B.; COLETTI, C. CCXP Worlds: Edição de 2021 anuncia data e ingressos. **Omelete**, 2021. Disponível em: <<https://omelete.com.br/ccxp/ccxp21-novidades-anuncio>>. Acesso em: 14 de set. de 2021.

BASTOS, R. M.; ELICHER, M. J. Comic Con Experience: cultura pop e turismo de eventos na cidade de São Paulo. **Ateliê do Turismo**, v. 5, n. 2, p. 92-108, 14 jun. 2021.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em Tese**, Santa Catarina, v.2, n. 1, p. 68-80, jan. 2005.

BRITTO, J.; FONTES, N. **Estratégias Para Eventos**. São Paulo: Editora Aleph, 2002.

COUTINHO, H. P. M.; COUTINHO, H. R. M. Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. **Revista Eletrônica Aboré - Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo**, v. 03, 2007.



Anais **XIII CIAH - XI Mostra Internacional de Trabalhos Científicos de Hotelaria**
Foz do Iguaçu, 08 a 10 de novembro de 2021

CUNHA, L. **Introdução ao Turismo**. 4. ed. Lisboa - São Paulo: Verbo, 2009.

DIAS, E. Uso da criatividade para o setor de eventos. In: BAHL, M. (org.). **Eventos: a importância para o turismo do terceiro milênio**. São Paulo: Roca, 2003.

DIEHL, A. A.; TATIM, D. C. **Pesquisa sociais em ciências aplicadas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004, 168 p.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

IGNARRA, L. **Fundamentos do turismo**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2013.

MARCONI, M.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. Ed. Atlas, 5. ed. São Paulo, 2003.

MARIANO, G. Comic Con Experience deve dobrar público do primeiro ano e impacta o turismo de São Paulo. **SPCINE**, 2016. Disponível em: <<http://spcine.com.br/comic-con-experience-deve-dobrar-publico-do-primeiro-ano-e-impacta-o-turismo-de-sao-paulo/>>. Acesso em: 05 de jul. de 2021.

OLIVEIRA, M. **A Influência dos Eventos na taxa da ocupação Hoteleira: Study Case - Montebelo Viseu Hotel & Spa**. 2014. 117 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Lisboa, 2014.

PESSOA, B. Brasil Game Show (BGS) é adiada para 2022. **Olhar Digital**, 2021. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2021/08/06/games-e-consoles/brasil-game-show-bgs-e-adiada-para-2022/>>. Acesso em: 11 de set. de 2021.

SANTOS, R. S. **Cultura "Geek" e construção de redes de sociabilidade e saberes: um estudo sobre protagonismos juvenis em Horizonte-CE**. 2019. 146f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Ceará, Mestrado Profissional em Sociologia, Fortaleza (CE), 2019.

SCALABRINI, E. C. B.; DALONSO, Y. S. Impactos dos Eventos em Destinos Turísticos: um estudo de caso na cidade de Joinville, SC, Brasil. **Revista Turismo em Análise**, [S. l.], v. 29, n. 2, p. 332-348, 2019.

SOARES, T. Abordagens Teóricas para Estudos Sobre a Cultura Pop. **Logos: Comunicação e Universidade**, Rio de Janeiro. v. 2, n. 24, 2014.

TESTA, G. BGS reunirá mais de 350 mil pessoas em SP. **Correio do Povo**, 2019. Disponível em: <<https://www.correiodopovo.com.br/jornalcomtecnologia/bgs-reunirá-mais-de-350-mil-pessoas-em-sp-1.370540>>. Acesso em: 05 de jul. de 2021.

ZANELLA, L. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

APÊNDICE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Prezado(a),

Como parte da construção de um Trabalho de Conclusão de Curso, nós alunos, Lucas Corrêa de Oliveira e Paulo Vinícius Furtado Fontes, orientados pela Prof.^a Dr.^a Patrícia Oliveira de Freitas, resolvemos elaborar uma proposta de investigação que visa compreender as adaptações feitas no hotel diante do atendimento ao público advindo do evento " Comic Con Experience"/"Brasil Game Show".

O questionário é simples, rápido e acreditamos que não demanda muito do seu tempo para respondê-lo. Por último, vale ressaltar que sua participação neste estudo também não será remunerada, mas é de extrema importância.

Objetivo da pesquisa: Buscar entender se o Hotel se adapta e como são feitas essas adaptações, visando o atendimento ao público do Comic Con Experience/Brasil Game Show.

Participação: Os gestores/funcionários irão participar respondendo o questionário online de forma voluntária.

Riscos: Não haverá riscos previsíveis para a integridade física, mental ou moral dos participantes, ou seja, os funcionários do estabelecimento. Sendo-lhes garantida toda a confidencialidade e anonimato, de acordo com a preferência do respondente. Ressaltamos que pode existir possíveis desconfortos e riscos mínimos decorrentes da participação dos funcionários na pesquisa, por exemplo, o desconforto para responder determinadas questões, mesmo que não exista a obrigatoriedade de sua resposta.

Benefícios: Com base na realização do questionário, esperamos compreender como são feitos os serviços durante a ocorrência desses eventos externos ao hotel, com intuito de entender como o serviço, especificamente nesse momento, pode ser executado, divulgado e agregador para o hotel.

Privacidade: Os nomes de participantes, assim como os demais dados serão confidenciais. As informações científicas resultantes serão apresentadas em eventos acadêmicos e poderão ser apresentadas e publicadas em periódicos e eventos científicos.

Tempo estimado para respostas: entre 10 e 15 minutos

Processo - Código de Ética da UFRRJ: 23083.042058/2021-96

Gratos por sua participação.

Qual o seu nome? (opcional)
Que cargo você ocupa, no momento?
Em qual Hotel você trabalha?

O que o Hotel busca fazer para atrair o público da Comic Con Experience/Brasil Game Show?

O Hotel busca ofertar algum serviço diferenciado durante o período de realização da Comic Con Experience/Brasil Game Show? (ex.: mudanças no cardápio, serviços de traslado, amenities decorativos, entre outros)

- Sim
- Não

Caso o hotel oferte outro tipo de serviço durante o período de realização da Comic Con Experience/Brasil Game Show, poderia citá-los?

O Hotel faz alguma adaptação em seus serviços durante o período de realização da Comic Con Experience/Brasil Game Show?

- Sim
- Não

Em caso afirmativo poderia citar algumas adaptações realizadas?

O Hotel faz alguma decoração voltada para a temática da Comic Con Experience/Brasil Game Show?

- Sim
- Não

Em caso afirmativo poderia citar algumas adaptações realizadas?

Quais departamentos tendem a adaptar mais os seus serviços durante o período de realização da Comic Con Experience/Brasil Game Show?

- Alimentos & Bebidas
- Eventos
- Gerência
- Governança
- Marketing
- Recepção
- Reservas

O Hotel costuma fazer novas contratações para atender especificamente durante a Comic Con Experience/Brasil Game Show?

- Sim
- Não

Se sim, para quais setores?

O Hotel faz alguma adaptação no horário de check-in e check-out, devido aos horários da Comic Con Experience/Brasil Game Show?

- Sim
- Não

O atendimento ao público advindo da Comic Con Experience/Brasil Game Show gera/gerou algum impacto e/ou incômodo para com os demais hóspedes?

- Sim
- Não

Em caso afirmativo poderia falar sobre?

Caso o Hotel faça alguma das adaptações, quais são os maiores benefícios? E quais são os desafios destas mudanças?

Os hóspedes advindos da Comic Con Experience/Brasil Game Show costumam avaliar os serviços prestados de alguma forma?

- Sim, com elogios no check-out.
- Sim, com críticas no check-out.
- Sim, com elogios nas redes sociais.
- Sim, com críticas nas redes sociais.
- Sim, no TripAdvisor e/ou Booking.
- Sim, postando fotos nas redes sociais e marcando o hotel.
- Não, os hóspedes advindos da Comic Con Experience/Brasil Game Show não costumam avaliar os serviços.

O Hotel implementou alguma adaptação que fora sugerida pelos hóspedes advindos da Comic Con Experience/Brasil Game Show?

- Sim
- Não

Em caso afirmativo, poderia citar alguma(s)?

O Hotel adota taxas diferenciadas durante o período da Comic Con Experience/Brasil Game Show?

- Sim
- Não

Caso adote, qual é o motivo?

Geralmente esses hóspedes permanecem no Hotel apenas durante o período da Comic Con Experience/Brasil Game Show ou a estadia se estende?

O Hotel já adaptou os seus serviços da mesma forma para outro(s) evento(s)?

- Sim
- Não

Se sim, qual/quais?

Caso o Hotel não tenha feito nenhuma adaptação para a Comic Con Experience/Brasil Game Show ou para outro(s) evento(s), o que pensam que poderia ser feito?

Qual a expectativa do Hotel em relação à volta da realização de eventos de médio e grande porte no contexto pós-pandêmico?

Há algum aspecto sobre adaptação na hotelaria para eventos que você gostaria de acrescentar?

O Hotel permite a divulgação de sua identidade no decorrer da pesquisa?

Sim, concordamos.

Não, não concordamos.

Poderia nos fornecer um meio de contato para tirarmos eventuais dúvidas e/ou caso queiram esclarecer melhor algumas respostas para nos auxiliar?

AXENOS

AXENO A – PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO



PARECER N° 959/2021 - PROPPG (12.28.01.18)

N° do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO

Seropédica-RJ, 02 de agosto de 2021.

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA DA UFRRJ / CEP

Protocolo N° 197/2021

PARECER

O Projeto de Pesquisa intitulado "Adaptabilidade hoteleira: oportunidades advindas dos grandes eventos" sob a coordenação da Professora Dr^a. Patrícia Oliveira de Freitas, do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas/Departamento de Economia Doméstica e Hotelaria, processo 23083.042058/2021-96, atende os princípios éticos e está de acordo com a Resolução 466/12 que regulamenta os procedimentos de pesquisa envolvendo seres humanos.

(Assinado digitalmente em 03/08/2021 09:07)
JOAO MARCIO MENDES PEREIRA
PRO-REITOR(A) ADJUNTO(A) - SUBSTITUTO
PROPPG (12.28.01.18)
Matrícula: 1736091

Processo Associado: 23083.042058/2021-96

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <https://sipac.ufrrj.br/public/documentos/index.jsp> informando seu número: **959**, ano: **2021**, tipo: **PARECER**, data de emissão: **02/08/2021** e o código de verificação: **65eb12dc90**

AXENO B – DESPACHO DE APROVAÇÃO DO COMITÊ DE ÉTICA



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO



DESPACHO Nº 24767/2021 - PROPPG (12.28.01.18)

Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO

Seropédica-RJ, 02 de agosto de 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
COMITÊ DE ÉTICA NA PESQUISA

CEP-UFRRJ, 02 de agosto de 2021.

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Adaptabilidade Hoteleira: Oportunidades advindas de Grandes Eventos

Pesquisadora: Patrícia Oliveira de Freitas

Processo: 23083.042058/2021-96

Encaminhamento o despacho abaixo conforme deliberação do Comitê de Ética em Pesquisa:

Situação do Despacho

Tendo em vista que o presente projeto de pesquisa atende às exigências da Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, obedecendo às diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos, informamos que o mesmo foi **aprovado** pelo CEP-UFRRJ.

Observo que não foram mencionadas as idades dos entrevistados, mas como trata-se de gestores(as) dos meios de hospedagens entendo que tem mais de 18 anos, caso contrário seria exigido o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido dirigido ao responsável pelo participante menor de idade e o termo de Assentimento

Atenciosamente,

CEP-UFRRJ

(Assinado digitalmente em 02/08/2021 15:49)

RAFAEL BELO DE SOUZA

ASSISTENTE EM ADMINISTRAÇÃO

PROPPG (12.28.01.18)

Matrícula: 1863628

Processo Associado: 23083.042058/2021-96

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <https://sipac.ufrrj.br/public/documentos/index.jsp> informando seu número: **24767**, ano: **2021**, tipo: **DESPACHO**, data de emissão: **02/08/2021** e o código de verificação: **3e256e406d**