

Resolução de Problemas II (RP II)

Encontro 12 (Pauta)

1. Entrega do banco de referências para a discussão (Tarefa coletiva) e do trabalho individual de uma página impressa explicando a relação das três referências escolhidas com a pesquisa a ser realizada na disciplina (**Avaliativa**) (**5 min**);
2. Discussão sobre as atividades de campo realizadas na semana anterior (**25 min**);
3. Orientações de como elaborar tabelas, gráficos e figuras (**15 min**);
4. Preparação para a análise dos resultados, sugestão de softwares (**10 min**).

Equipes

1

1. Gustavo Nigro Queiroz
2. Natalia Madeira Dias do Nascimento
3. Victor Hiroshi Teruya
4. Danyane Cardoso Magalhaes

2

1. Julia Carolina Silva Veloso
2. Mirella Enady Silva Santana
3. Catarina Guerra Martinez
4. Nathan Ribas Nunes de Assunção

3

1. Ester Paula Lopes
2. Maria Alice Lopes Silva
3. Camila Pereira Inácio
4. Deivid Matheus Ambrozio Vieira
5. Bernardo Rueda Rodrigues

4

1. Camila Akie Oshiro
2. Larissa Santos Abranches
3. Hellen Caroline Penha
4. Andressa Silva do Lago
5. Vinicius Domingues
6. Giovanna Sampaio do Moinho

Horários dos encontros por equipe (29/10/2019)

Equipe	Horário
3	14:00-14:55
4	15:00-15:55
1	16:00-16:55
2	17:00-17:55

Tabela

Tabela #. Título deve ser autoexplicativo e aparecer na parte **superior** da tabela. Numeradas na ordem de aparição no texto. Devem estar localizadas próximas do local onde são citadas no texto. Elas não podem ter as bordas laterais fechadas porque se não passaria ser um quadro. As notas e citações (fontes) devem ser colocadas abaixo da tabela. Cada coluna deve identificar claramente o dado contido e se necessário conter a unidade de medida. Em caso de dados numéricos o número de algarismos em cada variável deve ser mantido.

Tabela 1. Dados primários dos viajantes frequentes que fizeram parte do estudo de consumo de água em instalações hoteleiras baseado na massa corporal.

Identificação do indivíduo	Variáveis monitoradas	
	X: Massa corporal (kg)	Y: Consumo anual de água (L)
1*	90	850
2**	120	400
3*	60	300
4*	40	550
5**	82	490
6*	90	350

*Funcionário da empresa 1, ** Funcionário da empresa 2

Tabela (Exemplo de literatura)

Table 2
Overview of participating DMOs and their employee representatives.

Case study	Employee pseudonym	Employee position(s)	DMO size ^a	DMO funding and government structure ^b
GER	Melanie	Head of visitor services	Large	Public-private partnership with shareholder structure
GER	Jakob	Head of consumer insights	Large	Government funded
GER	Tobi	Head of consumer insights	Medium	Public-private partnership with shareholder structure
GER	Harriet & Chris	CEO	Medium	Membership organisation with elected government board and additional government funds
GER	Finn	Head of consumer insights	Small	Membership organisation
GER	Matt	CEO	Medium	Membership organisation
GER	Claus	Head of consumer insights	Medium	Membership organisation
NZ	Jack	Head of tourism	Large	n/a
NZ	Rebecca	Head of marketing	Medium	Mostly city council and local government
NZ	Garrett	CEO	Small	Tourism promotion levy on commercial rate payers; governed by a board of elected representatives
NZ	Jeremy	General manager	Small	Funded, owned and governed by cooperating tourism operators
NZ	Peter	General manager of regional promotion	Small	n/a
NZ	Hamish & Alice	Chief advisor	Small	Membership organisation with additional government funds
NZ	Max & Gary	Communications manager		
NZ		CEO	Medium	Public-private partnership, council controlled with independent board
NZ	Lena	Head of visitor services		
NZ		Consumer insights analyst	Large	Government funded

^a Number of employees: small ≤ 19, medium 20–99, large ≥ 100.

^b Information provided by participants at time of interview completion.

DMO: Organização de gerenciamento de destinos (Destination Management Organization)

Seeler, S., Lück, M., & Schänzel, H. A. (2019). Exploring the drivers behind experience accumulation – The role of secondary experiences consumed through the eyes of social media influencers. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 80–89. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.09.009>

Figura

Figura #. Título deve ser autoexplicativo e aparecer na parte inferior da figura. Numeradas na ordem de aparição no texto. Devem estar localizadas próximas do local onde são citadas no texto. Elas podem ser desenhos, fotos, gráficos, etc. (tudo tipo de ilustração diferente de tabelas e quadros).

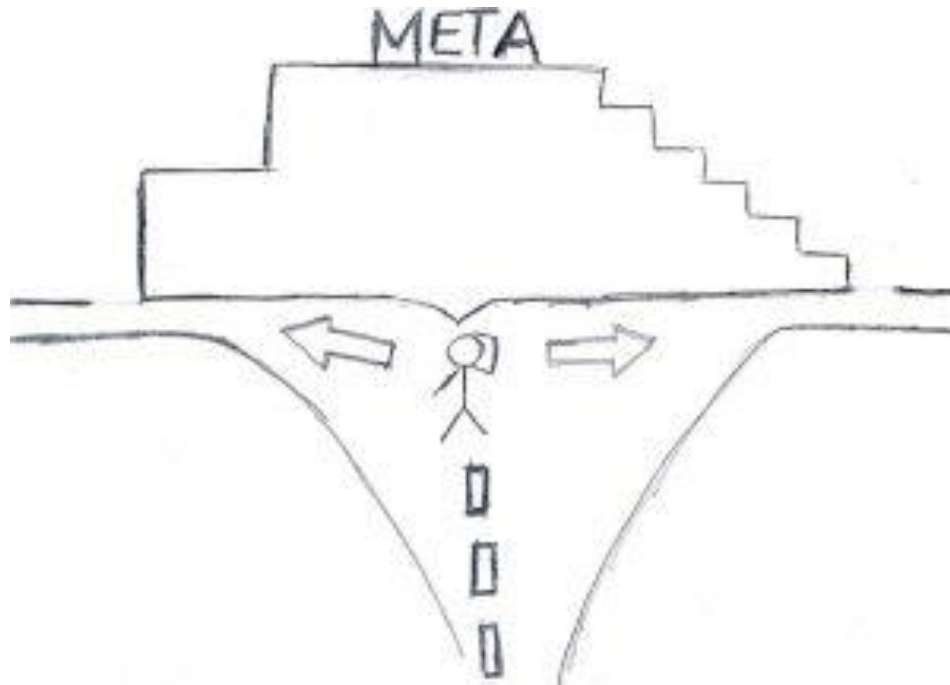


Figura 1. Duas escadas para chegar a uma meta que se apresenta difícil. Um cartoon que mudou minha vida. Versão do autor de comentários de um professor do Instituto de Farmácia e Alimentos de Universidade de Havana/Cuba durante o curso de Gestão de Recursos Humanos em Organizações Farmacêuticas, 2005.

Figura (Exemplo da literatura)

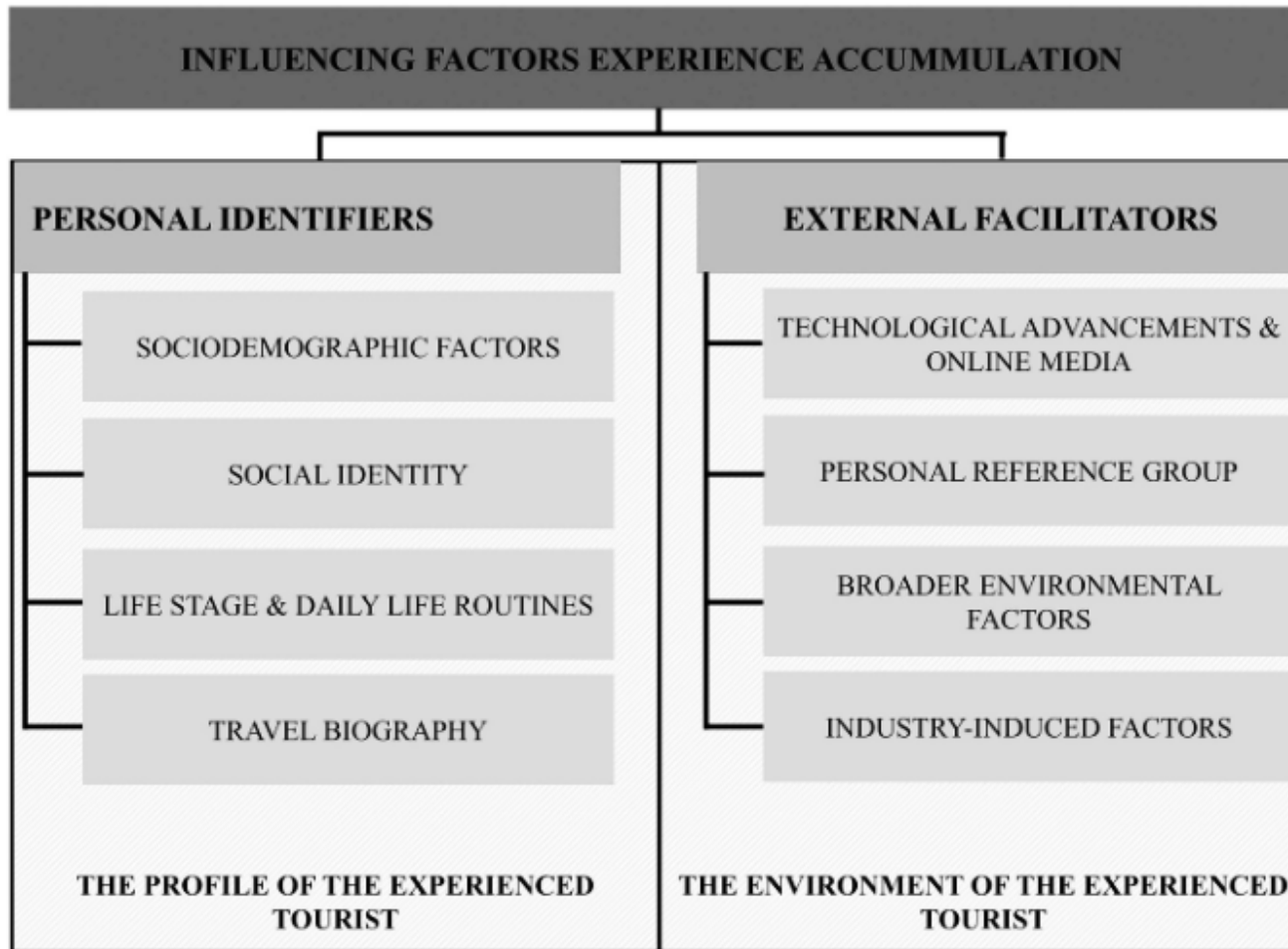


Fig. 1. Eight dimensions of an experienced tourist.

Seeler, S., Lück, M., & Schänzel, H. A. (2019). Exploring the drivers behind experience accumulation – The role of secondary experiences consumed through the eyes of social media influencers. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 80–89. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.09.009>

Gráfico

Gráfico #. Título deve ser autoexplicativo e aparecer na parte **inferior** do gráfico. Numerados na ordem de aparição no texto. Devem estar localizados próximas do local onde são citadas no texto. Caso eles sejam o único tipo de figura do documento, deve ser escolhido o termo e mantê-lo ao longo do documento. Cada eixo deve ter um título e as unidades de medida correspondente caso necessário ou a identificação de cada categoria

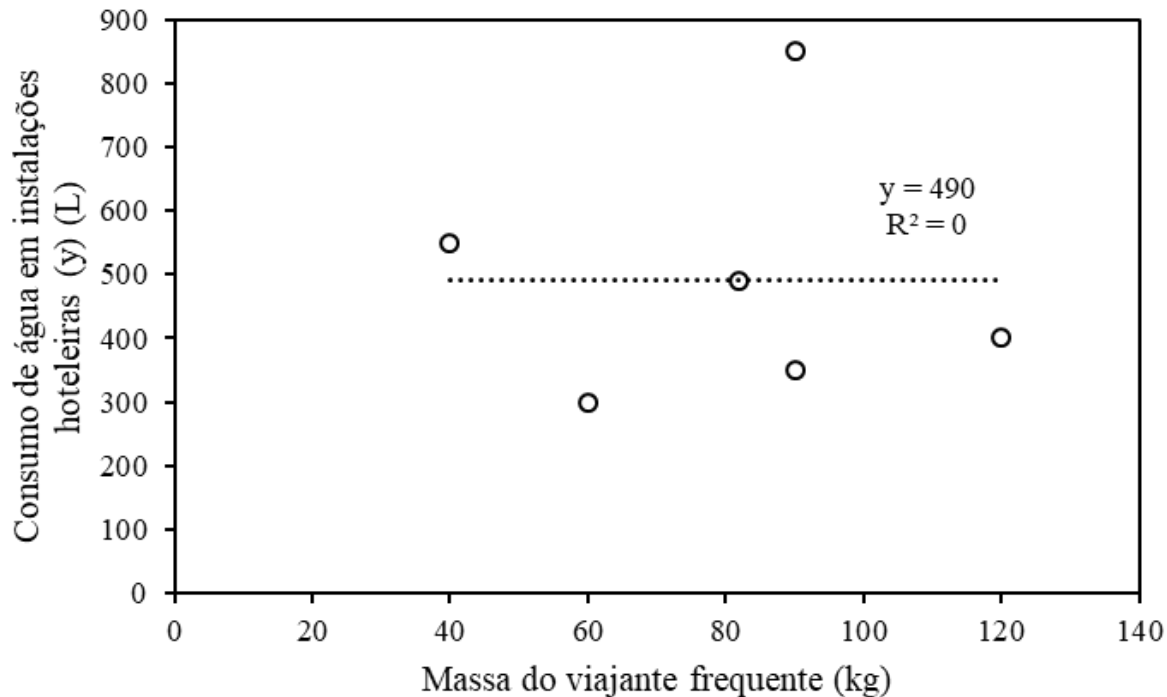


Gráfico 1. Correlação do consumo de água em instalações hoteleiras baseado na massa corporal de viajantes frequentes das duas empresas consideradas neste estudo.

Gráfico (Exemplo-negativo)



Gráfico 1 – Curva de crescimento turístico; turistas/km²; cidade X

Gráfico (Exemplo-melhorado)

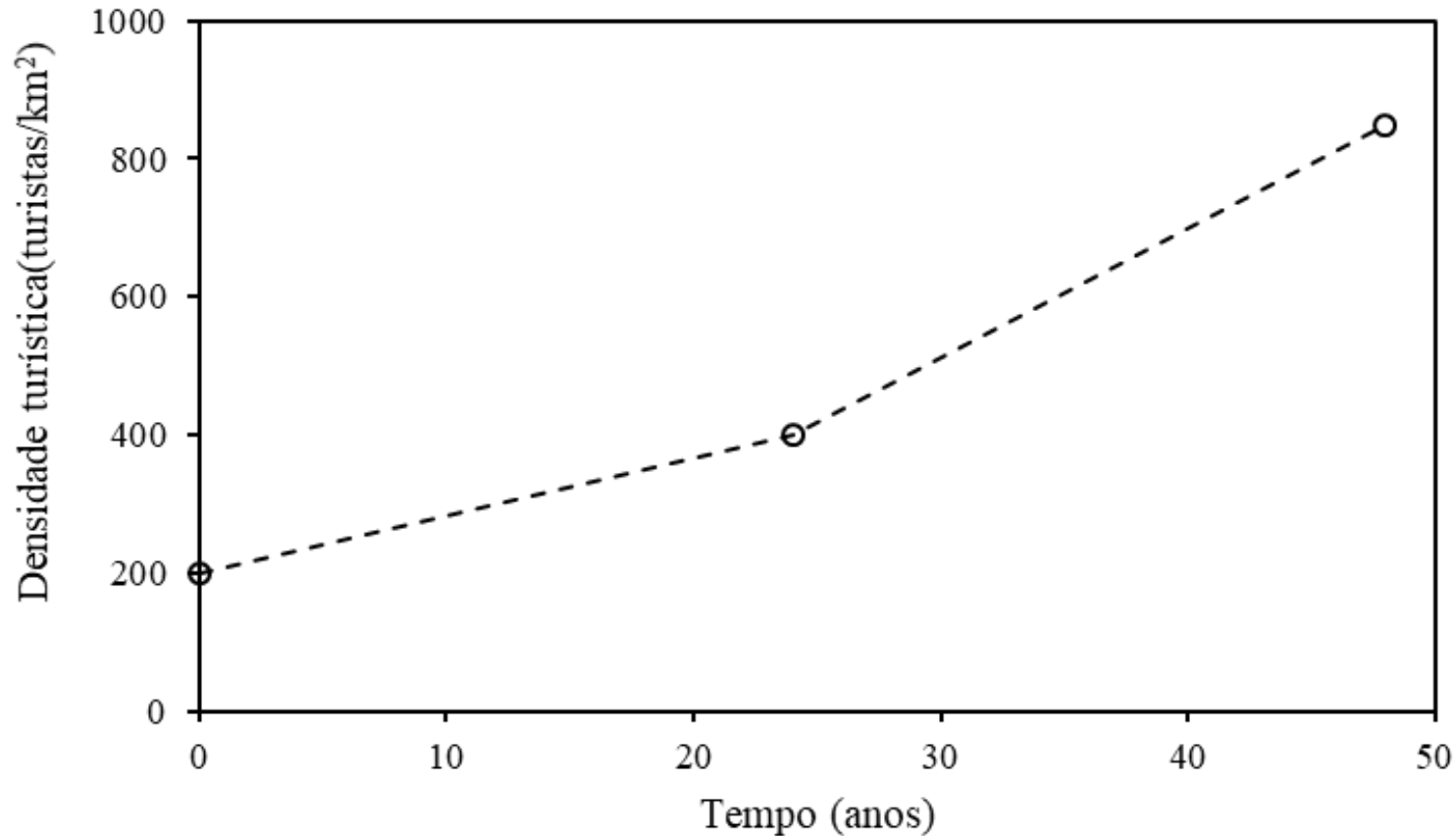
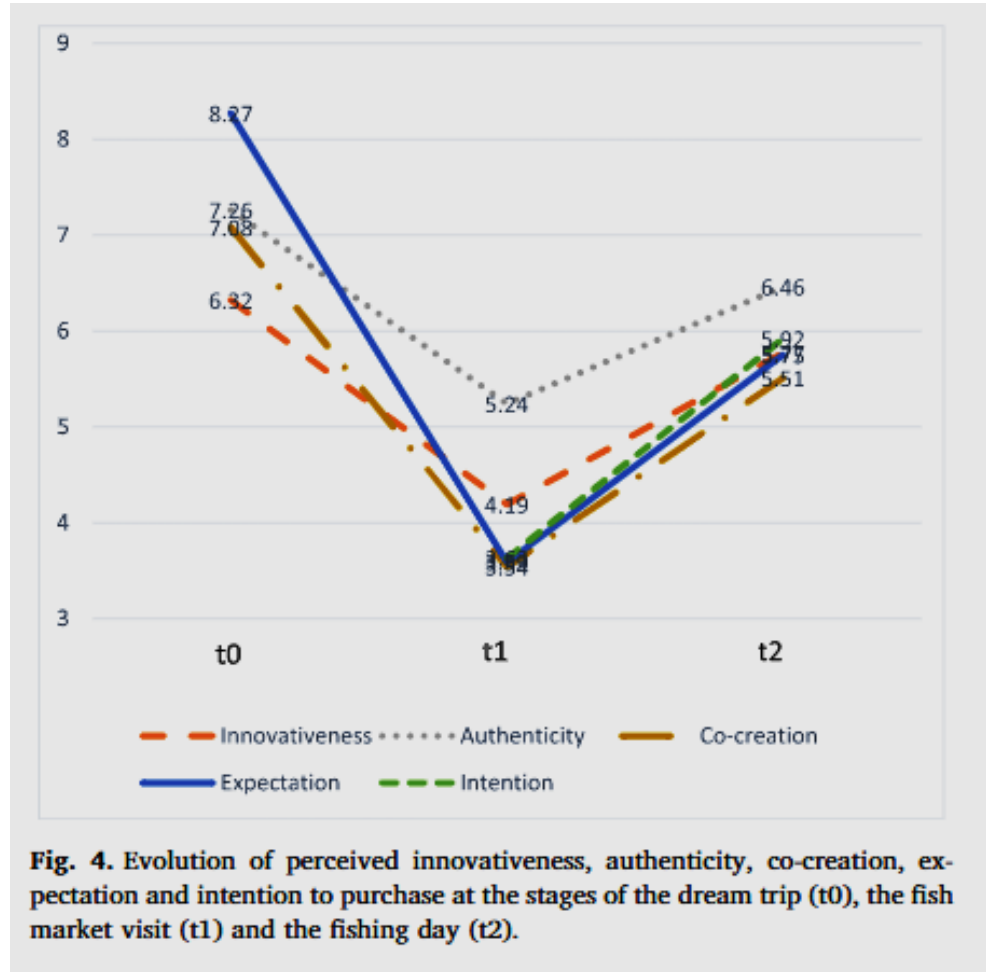


Gráfico 1 – Curva de crescimento turístico na cidade X ao longo dos últimos 48 anos (desde 1971 até 2019).

Gráfico (Exemplo da literatura)



Veréb, V., & Azevedo, A. (2019). A quasi-experiment to map innovation perception and pinpoint innovation opportunities along the tourism experience journey. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.10.003>

Softwares sugeridos

Tipo de Método utilizado	Software	Link
Qualitativo	MAXQDA	https://www.maxqda.com/what-is-maxqda
	SPSS* (Statistical Package for the Social Sciences)	https://software.sti.usp.br/abrirChts.php?passo=2&lst_tipo=mquinareal&categoria=institucional
Quantitativo	Statgraphics	http://www.statgraphics.com/
	Statistica*	https://software.sti.usp.br/abrirChts.php?passo=2&lst_tipo=mquinareal&categoria=institucional

* A Universidade de São Paulo possui licença deste software, mas para docentes, funcionários, alunos de pós-graduação e pós-doc

**Bom desempenho na apresentação
dos resultados e nas correspondentes
análises dos dados obtidos!**