



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

EDUARDO FERNANDES ALVES

**ESTRATÉGIAS FINANCEIRAS NO CENÁRIO PÓS-PANDÊMICO: UM ESTUDO
DE CASO NA EMPRESA NOVA TURISMO;**

CAMPINA GRANDE - PB

2022

EDUARDO FERNANDES ALVES

**ESTRATÉGIAS FINANCEIRAS NO CENÁRIO PÓS-PANDÊMICO: UM ESTUDO
DE CASO NA EMPRESA NOVA TURISMO;**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à/ao Coordenação/Departamento do Curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientadora: Prof.^a Kaline de Pace.

CAMPINA GRANDE - PB

2022

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A474e Alves, Eduardo Fernandes.
Estratégias financeiras no cenário pós-pandêmico
[manuscrito] : um estudo de caso na empresa nova turismo /
Eduardo Fernandes Alves. - 2022.
25 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Sociais Aplicadas, 2022.

"Orientação : Profa. Ma. Kaline Di Pace Nunes ,
Coordenação do Curso de Administração - CCSA."

1. Estratégias financeiras. 2. Empresa Nova turismo. 3.
Pandemia Covid-19. 4. Crise financeira. 5. Setor de turismo. 6.
Estudo de caso. I. Título

21. ed. CDD 658.15

EDUARDO FERNANDES ALVES

**ESTRATÉGIAS FINANCEIRAS NO CENÁRIO PÓS-PANDÊMICO: UM
ESTUDO DE CASO NA EMPRESA NOVA TURISMO;**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à/ao
Coordenação/Departamento do Curso de
Administração da Universidade Estadual
da Paraíba, como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Área de concentração: Administração
Financeira

Aprovado em: __/__/____.

BANCA EXAMINADORA

Kaline Di Pace Nunes

Profa. Ma. Kaline Di Pace Nunes (Orientadora)

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Gilberto Franco de Lima Júnior

Prof. Me. Gilberto Franco de Lima Júnior

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Leydiana de Sousa Pereira

Profa. Dra. Leydiana de Sousa Pereira

Instituto Federal Baiano (IFBAIANO)

Primeiramente a Deus, por ter permitido chegar aqui, ao meu avô materno, José Olinto, à minha avó paterna Judi Oliveira e aos meus tios Edvaldo de Oliveira e Marcio Fernandes (*in memoriam*), por todo incentivo. À minha mãe, Ana Cristina, ao meu pai, Elivaldo de Oliveira e ao meu irmão, Emilio Fernandes, que não mediram esforços para que eu chegasse até aqui, DEDICO.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. REVISÃO DE LEITURA	10
2.1 Crise Financeira	10
2.2 Crise no turismo.....	11
2.3 Turismo de Campina Grande	13
3 METODOLOGIA	14
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	15
4.1 Descrição da Empresa.....	15
4.2 Resultados	15
4.3 Discussão	17
5 CONCLUSÃO	19
6 REFERÊNCIAS	20

RESUMO

A Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou, em 11 de março de 2020, estado pandêmico causado pelo novo subtipo viral de SARS-Cov, que foi identificado em meados do final de 2019, na China, e classificado como SARS-Cov2, o qual gerou a pandemia da COVID-19. Tendo em vista um problema de saúde pública global que ocasionou uma nova dinâmica à economia mundial, fazendo-se necessário considerar, também, que diante da imobilidade imposta através das medidas de restrição e isolamento social, uma das atividades que, substancialmente, depende da mobilidade humana, é a do setor turístico, que encontrou-se grandemente prejudicada. Tal como era amplamente noticiado pelos organismos ligados ao setor, sucedeu-se o desencadeamento de uma abrupta e repentina queda nos fluxos turísticos e com impactos profundos e extensos na economia empresarial. À frente dessa realidade, o presente estudo, através de uma revisão de leitura, descreve características desse período de alerta mundial e sumariza os impactos sobre organismos turísticos e microempreendedores na cidade de Campina Grande (Paraíba), que sem o suporte necessário, sofreram para perpassar esse período pandêmico. Portanto, esta pesquisa tem como objetivo específico buscar responder quais as possíveis estratégias financeiras a empresa “Nova Turismo”, situada no município supracitado, teve para o setor do turismo no cenário pós-pandemia. Sendo assim, a metodologia utilizada desenvolveu-se por meio de estudo de caso, com a realização de uma entrevista semiestruturada e análise de conteúdo com a diretora e empreendedora da empresa em questão. Concluiu-se, através dos resultados obtidos, que os incentivos federais, estaduais e municipais sempre estão mais acessíveis e preocupados em proteger os lucros dos grandes empresários e de seus aliados políticos, do que a perda maciça do turismo na cidade de Campina Grande. Estima-se que, com o término da pandemia, o turismo poderá voltar a contribuir com a recuperação socioeconômica, embora o retorno das atividades estarem previstas para o ano de 2022, pois é mensurado que o mundo, nesse período, esteja na fase de consolidação de imunização da população global através da vacinação, o que implica que o retorno será análogo à realidade pré-crise. Isso aponta que será necessária uma grande mobilização e que o empenho público e privado precisará se fortalecer ainda mais dia após dia para que o município tenha o reconhecimento do seu verdadeiro potencial para o turismo.

Palavras-chave: pandemia; turismo; Campina Grande; Nova Turismo;

ABSTRACT

The World Health Organization (WHO) declared on March 11th, 2020, a pandemic state, caused by the new subtype viral of SARS-Cov that was identified in mid-to-late 2019 in China and classified as SARS-Cov2 – which generated the Covid 19 pandemic – given a global public health problem that has caused a new dynamic to the world economy, it is also necessary to consider that in the face of this immobility imposed through restrictions and social isolation, one of the activities that substantially depends on human mobility is the tourism sector, which was greatly affected, as was widely reported by organizations related to the sector, henceforth causing an abrupt and sudden drop in tourism flows and with profound and extensive impacts on the business economy of this branch. Therefore, through this reality, the present study as a consequence of its reading review, describes the characteristics of this world alert period and summarizes the impacts on touristic organizations and small entrepreneurs in Campina Grande, Paraíba, which without the needed support suffered to pass this pandemic period. Likewise, has

as specific goal answer which possible financial strategies the Nova Turismo company in the aforementioned city, had to the touristic sector in the post-pandemic setting. Therefore, the methodology used was the study case with semi structured interview and content analysis with the director and entrepreneur of the mentioned company. It was possible to conclude with the obtained results, that federal, state and municipal incentives are more accessible and worried in protect the big entrepreneurs' big profit and their political allies than the massive loss of tourism in the city of Campina Grande. It is estimated that with the end of the pandemic, tourism can return to contribute with the social economic recovery. Although the return of the activities are scheduled for the year of 2022, as it is estimated that the world in this period will be in the consolidation phase of immunization of the global population through vaccination, which implies that the return will be analogous to the pre-crisis reality, which points out that a great mobilization will be necessary and that the public and private commitment will need to be strengthened even more day after day so that the municipality has the recognition of its true potential for tourism that it has always had.

Keywords: Pandemic; Tourism; Campina Grande; Nova Turismo.

1. INTRODUÇÃO

Estratégias financeiras pode ser elencado como a forma em que a empresa gerencia o seu dinheiro a depender do volume de receita e despesa que a mesma tenha. É a administração de todas as entradas, saídas, custos, lucros e processos que envolver as finanças

No dia 11/03/2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declara a pandemia do novo coronavírus e o mundo vive os dias em meio a um extenso período calamitoso, gerado pelo SARS-COV2 – COVID -19¹. Esse período ocasionou grandes perdas, tanto para a economia global, quanto para as incontáveis vidas devastadas por tal vírus. A crise tem como efeito o fechamento de comércio, fábricas, fronteiras, restrições de viagens e passaporte sanitário, o que faz com que a economia estagne e não tenha a força necessária para uma retomada do crescimento considerável ao longo dos meses.

O Brasil, como uma das potências econômicas globais, não está indiferente a esta situação, o motor desse país são as Micro e Pequenas Empresas (MPE) e os Microempreendedores(as) Individuais (MEI). Segundo o Governo Federal Brasileiro, em 2020 os MEI's e MPE's representavam por 56,7% do total de negócios em funcionamento no país. Esses modelos de negócios são bastante sensíveis a qualquer alteração no mercado interno e global. A pandemia fez uma grande ruptura na rotina que, desalentados por uma fraca gestão nacional voltada apenas para a porção de organizações consideradas de grande porte, a exemplo da indústria calçadista, o Governo Federal fez a liberação de valores para o auxílio no pagamento da folha salarial, que foram gastos mais de 6 bilhões de reais (PORTAL DA TRANSPARÊNCIA, 2021), e não criou nenhum auxílio que beneficiasse essas microempresas na mesma proporção que as grandes organizações. No Poder Executivo, faltou, muitas vezes, o conhecimento necessário desses modelos de negócio por parte das autoridades, o que ocasionou o fechamento de suas portas, desde o início da pandemia em março de 2020, e os que não fecharam estão lutando dia após dia para manter o seu negócio produzindo. Consequentemente, não conseguem gerir a crise existente durante esse período, por falta, muitas vezes, de conhecimentos sobre gestão de crise e capital para manter a empresa.

Desse modo, um setor que sofre uma considerável baixa e até período de zero prestação de serviços, a partir das condições sanitárias promovidas a partir da pandemia, é o setor de Turismo em todo o mundo, como é o exemplo do que acontece na cidade de Campina Grande, na Paraíba, por não haver “O Maior São João do Mundo², que ocorre entre os meses de junho e julho do decorrer dos anos. Para 2021, a estimativa foi de que cerca de R\$ 300 milhões de reais tenham deixado de circular na cidade por cada ano em que a festa não foi realizada para evitar um contágio em massa (G1, 2021). Esse dado revela uma média de valor que não foi injetado na economia local, não gerando renda nem emprego para muitos campinenses, que muitas vezes dependem desse período festivo para comercializar artesanato, comida e bebida para manter a sobrevivência dos meses subsequentes.

Assim posto, emerge o seguinte questionamento: **Quais as estratégias financeiras a empresa Nova Turismo, situada no município de Campina Grande (PB), busca para a recuperação do setor do Turismo no cenário pós-pandêmico?** O objetivo deste estudo é identificar as estratégias financeiras desenvolvidas por micro e pequenos negócios do Turismo na cidade mencionada para a continuidade das MPE's e MEI's no pós-crise mundial.

O trabalho tem como objetivo principal identificar quais as estratégias financeiras a empresa Nova Turismo buscam para o período pós-pandêmico, e como os objetivos principais identificar as estratégias financeiras a empresa busca para o pós-pandemia, verificar as

¹A COVID-19 é uma doença infecciosa causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e tem como principais sintomas febre, cansaço e tosse seca. (Organização Mundial da Saúde - OMS)

² A expressão “O maior são João do mundo” é referente à festa junina regional realizada no município de Campina Grande, na Paraíba, entre os meses de junho e julho de cada ano.

mudanças antes e durante a pandemia em relação aos festejos, Estado, Empresa e o Turismo e por fim identificar se já existe alguma das estratégias já em desenvolvimento.

Justifica-se a importância deste estudo, compreender as estratégias financeiras que a empresa privada, Nova Turismo, busca para o período de pós-pandemia, para a continuidade e evolução do setor de Turismo na cidade de Campina Grande (PB), e por durante a pesquisa perceber a escassez de material de leitura sobre o tema proposto.

2. REVISÃO DE LEITURA

2.1 Crise Financeira

Ao decorrer dos séculos, é perceptível, na história da humanidade, que sempre estiveram presentes as crises econômicas e financeiras, que mostraram a fragilidade que as organizações têm com relação à mudança repentina de cenários. Isso faz com que muitas empresas cheguem à falência ou, em contrapartida, estimulam os colaboradores, gerentes e até mesmo os sócios a elaborarem estratégias que possibilitem a retomada galgando um novo crescimento ao mercado, com a força de poder ser competitivo novamente frente aos concorrentes. Durante a História do século XX e XXI, existiram períodos emblemáticos, alguns fatos históricos que relatam essa mesma fragilidade, por exemplo, a “Grande Depressão”³ e a quebra da Bolsa de Valores de Nova York em 2008⁴, trazendo consequências mundiais que até hoje refletem diretamente nas economias domésticas.

Para alguns autores, a última década para o Brasil, foi elencada como “a década perdida”⁵, há também quem use a expressão o “voo de galinha”, pois nesse período o crescimento é de quase zero. Segundo a Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2020), o Brasil teve um “crescimento” de -0,1%, entre os períodos de 2011 a 2020. Como ensejos do não crescimento durante essa década e, mais especificamente os últimos sete anos, que foram desastrosos do ponto de vista de crescimento econômico, pelo somatório dos três fatores: forte recessão, recuperação lenta e gradual e pandemia do novo coronavírus (FGV, 2020), as autoridades competentes devem explorar as respostas econômicas para o retorno do crescimento interno brasileiro, que já se arrasta por mais de uma década sem um crescimento de relevância econômica ou que obtenha real crescimento para as famílias no poder de compra das suas necessidades básicas.

Em meio aos dois exemplos citados sobre crises financeiras, emerge um novo fator no qual culminou em uma profunda crise mundial, a pandemia. Ela trouxe danos nos critérios das relações pessoais e humanas, bem como reações extremamente negativas para a economia global. De acordo com o Fundo Monetário Internacional (FMI), a recessão global para o ano de 2020 até o mês de junho foi estipulada que o Produto Interno Bruto

³A Crise de 1929 foi um dos acontecimentos mais impactantes da História Contemporânea. Essa crise ocorreu nos meses de setembro e outubro de 1929, nos Estados Unidos, quando o valor das ações da Bolsa de Valores de Nova York (à qual a economia mundial estava integrada à época) despencou bruscamente, provocando a sua “quebra” (*crash*). A quebra da Bolsa de Nova York desencadeou, por sua vez, a Grande Depressão Americana, que durou até meados dos anos 1930. (BRASIL ESCOLA)

⁴ “Defrontamo-nos com o maior desafio para a economia mundial em tempos modernos; uma crise, que se aprofundou” (G20, 2009)

⁵ A década perdida é caracterizada pelo não crescimento ou o baixo crescimento da economia. A economia brasileira teve sua maior queda em 30 anos em 2020, em meio à pandemia do novo coronavírus. (IBGE, 2020)

(PIB), devesse cair 4,9%, mais 1,9% do que na previsão de abril do mesmo ano. Assim como outros países, o Brasil sofreu um forte retrocesso, “em relação a regiões, a economia da Zona Euro caiu 10,2% e os Estados Unidos, 8%. O PIB na América Latina e Caribe deve reduzir a 9,4%, incluindo o Brasil, onde a economia encolheu 9,1%”, (FMI).

Desse modo, a partir das colocações e dados supramencionados, percebeu-se que o drama econômico vivido durante a pandemia da Covid-19, pode ser comparada às duas crises sofridas anteriormente, a de 1929 e a de 2008, que mesmo com algumas consequências já superadas desses períodos, outras ainda deixaram os seus fortes resquícios na última década, sendo agravada profundamente com essa nova onda revelada pela pandemia, vivida desde março de 2020 e que permanece durante a elaboração deste estudo.

2.2 Crise no turismo

O turismo é um setor de grande relevância econômica e social para o mundo e principalmente para o Brasil. Com as restrições impostas pelos órgãos sanitários, diante das consequências da COVID-19, a principal direção a ser tomada foi a do distanciamento social, com essa decisão deliberada pelos líderes de governos ao redor do mundo, como por instituições competentes para discussão de saúde, causou um “constrangimento econômico”, no qual afetou imediatamente o setor do Turismo.

O Turismo, mais do que qualquer outro setor da economia, apresenta uma característica de extrema sensibilidade a toda a alteração situacional, sendo extremamente retrátil a oscilações de taxa de câmbio, flutuações sazonais da demanda, riscos meteorológicos, geológicos, convulsões sociais, instabilidade política, terrorismo e riscos epidêmicos e pandêmicos que comprometam a saúde pública, como o recente surto do COVID-19. (BENI, 2020)

Em dezembro de 2020, a Organização Mundial do Turismo (OMT), divulgou uma nota informando que o período entre janeiro e outubro de 2020 culminou em um grande impacto na economia, no qual foram perdidos, aproximadamente, 900 milhões de turistas internacionais. Esse impacto repercutiu na perda de US\$ 935 bilhões em receitas (FORBES). Conforme o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), a contribuição econômica direta e indireta do setor de Turismo e Lazer no Brasil alcançou R\$ 551,5 bilhões de reais (US\$ 139,9 bilhões de dólares) em 2019 ou 7,7% do PIB do País, além de ser o setor que emprega cerca de 3% do total de empregados do País (BNB, 2020), isso mostra uma relevância real do setor para a economia nacional.

A pandemia, para o mundo inteiro, ocasionou grandes dificuldades de recuperação por ser algo inesperado e que exigiu uma nova adequação dentro do processo, o que não foi algo que as empresas estavam preparadas para “combater”. Assim também aconteceu com os MEI’s e os MPE’s. Muitas vezes, as reservas de capital e de estratégias financeiras são de médio e curto prazo. A partir disso, sofreram grandes abalos em sua estrutura ao perceber a “fuga” de clientes no lazer do Turismo para necessidade básica de saúde, alimentação e de existência. Um estudo realizado pelo SEBRAE, intitulado “Impacto da Pandemia de Coronavírus nos Pequenos Negócios 10ª Edição”, em sua coleta de dados realizada entre os dias 25º de fevereiro e 1º março de 2021, mostrou que o turismo obteve uma queda 59% comparado com uma semana normal, enquanto o agronegócio perdeu 23%. Numa comparação entre ambos os modelos de negócios, é perceptível o tamanho desfalque que o Turismo teve semanalmente durante o período pandêmico, o que chegou a ser 26% de diferença entre os setores.

A possibilidade de uma mudança no comportamento e nas preferências de consumo turístico podem ser justificadas pelas consequências da pandemia, tais como: crise na saúde,

crise econômica, restrições de mobilidade social e o fechamento de fronteiras (AMARAL, 2021). Todos esses pontos elencados revelam que em meio a situações adversas, o Turismo se comportou como lazer, como assim já é, e não uma necessidade básica a ser suprida com emergência.

O Brasil possui fortes características no Turismo, com enfoque, principalmente, no litoral do país, pontuado por sua cultura amplamente difundida com uma variedade sem igual pela grande diversidade de povos, pois tem um enorme diferencial que são as “riquezas” em suas belezas naturais. O Brasil é uma referência do Turismo ecológico, em suas belas praias, possui vasto aporte cultural, histórico e natural. Foi um dos países a ser bastante prejudicado pela pandemia e pelo isolamento social, que fez com que se tornasse inviável o deslocamento dos turistas para o território brasileiro, fossem eles, turistas nacionais ou internacionais, acarretando, assim, um déficit nesse setor durante os anos de 2020 e 2021, com a esperança de uma melhora nos índices em 2022 mesmo que de forma gradual, com a vacinação em massa da população mundial e nacional. Dentro do universo do Turismo, a maior parte são microempresas e microempreendedores individuais, e ainda dentro desses grupos é possível elencar alguns serviços prestado por essas empresas, tais como: transfer e receptivo, hospedagem, pousadas, passagens aéreas e rodoviárias, guias e entre outros. Existem também outros stakeholders⁶ que têm interesses neste setor. No decorrer da pandemia, a queda na procura pelo turismo como atividade não essencial permaneceu no ano de 2021 e o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) fez o registro por meio de estudo na queda da demanda desse setor, abaixo vemos o exemplo de uma tabela que mostra a atividade turística no Brasil no mês de junho de 2021.

Atividades Turísticas: variação do volume e da receita nominal (%), junho 2021

	Índice de volume das atividades turísticas	Índice de receita nominal das atividades turísticas
Variação mês / mês anterior com ajuste sazonal	11,5	6,9
Variação mensal (base: igual ao mês do ano anterior)	92,6	90,5
Variação acumulada de 12 meses	-22,2	-25,8

Pesquisa Mensal de Serviços – IBGE (2021)

Como mostra a tabela acima, o déficit que o Turismo sofre com a pandemia, o período propositalmente elencado relata o período em que acontece a festa do Maior São João do Mundo. Para esclarecer o que mais adiante será apresentado também com números a real proporção da perda durante a pandemia que o Turismo sofreu. A tendência desse retorno é que os turistas busquem pelo turismo nacional ou regional, para evitar viagens entre territórios e voos de longa duração, porém os destinos nacionais mais próximos às residências destes, com

⁶ Grupos de interesse ou partes interessadas.

viagens mais curtas podendo ser feitas de carro ou ônibus, evitando o maior contato com pessoas inicialmente.

2.3 Turismo de Campina Grande

O Turismo presente na cidade de Campina Grande, na Paraíba, tem como ápice a festa junina que acontece todos os anos desde 1983, entre os meses de junho e julho. A festa é conhecida mundialmente como “O Maior São João do Mundo”, a qual são 30 dias consecutivos de festa, trazendo grandes atrações nacionais para se apresentarem no “Parque do Povo”⁷, também oferece gratuitamente apresentações de grupos folclóricos e regionais, como as quadrilhas juninas, a locomotiva forrozeira, o ônibus do forró, além de muitos outros atrativos culturais da cidade.

Segundo a CODECOM⁸, o município contou com uma movimentação de 2,5 milhões de turistas no período de 30 dias de festa, conforme os dados de 2017, o impacto econômico foi estimado em R\$ 200 milhões e foram gerados mais de 3 mil empregos temporários. Já em 2019, o evento ocorreu entre os dias 7 de junho a 7 de julho. A cidade recebeu mais de 1,8 milhões de turistas, sendo um recorde de participantes das festividades juninas, aconteceram durante esse período mais de 3 milhões de visitas aos equipamentos turísticos com um faturamento de 30% de bares, hotéis e restaurantes – maior do que registrado no ano antecedente -, sendo injetados R\$ 300 milhões na economia da cidade, superando o ano anterior. As companhias aéreas registraram 17.800 desembarques. Segundo a SEDE, (Secretaria de Desenvolvimento Econômico), o Ônibus do Forró registrou 50 saídas. A Vila Sítio São João recebeu 50 mil visitantes, com mais de 100 atrações culturais, 400 apresentações, a Central de Atendimento ao Turista, no Partage Shopping, atendeu 15 mil pessoas.

Esses períodos foram os últimos relatados, no qual é possível perceber que os dados são bastante relevantes para a área de turismo e economia da cidade. Como o carnaval para a Bahia e Rio de Janeiro, o São João para Campina Grande gera renda e benefícios para toda a cidade e para a região metropolitana com o turismo ecológico também, no qual se preparam o ano inteiro, estrategicamente, para esse período festivo. Cidades do Cariri e do Brejo são muito procuradas para destinos complementares no passeio dos turistas que vêm visitar Campina Grande.

O ano de 2020 foi totalmente atípico com a pandemia da Covid-19, não sendo possível a realização do Maior São João do Mundo e, com isso, as consequências econômicas atingiram aqueles que literalmente dependem dos festejos. Segundo o PODER360, em Campina Grande, onde a movimentação de turistas começa em maio, o São João movimenta R\$ 200 milhões, e nesse ano que não ocorreram os festejos juninos, esse montante não foi injetado na economia, no ano de 2021. Em conformidade com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo da cidade, a perda estimada gira em torno de R\$ 300 milhões, considerando o total que deixará de circular em diversos setores, como o de comércio e o de serviços. Pelo segundo ano consecutivo, a festa não pode ser realizada com o público, mas para que não houvesse a perda da tradição e os turistas mesmo que, distantes do espaço físico da festa, pudessem estar ligados a cultura local, o governo municipal promove, desde o ano de 2021, transmissões ao vivo do Maior São João do Mundo em sua versão remota.

⁷O Parque do Povo, situado em Campina Grande - PB, é uma área descoberta com a função de sediar alguns eventos da cidade. É conhecida por sediar a festa junina de Campina Grande desde 1983. O Parque do Povo é famoso pelas suas festas, que convida várias pessoas a visitar o ambiente, é claro, batendo o recorde de público por noite.

⁸Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Campina Grande.

3 METODOLOGIA

Após toda a revisão de leitura, definição da problemática e objetivos do trabalho, pela acessibilidade com a empresa e as limitações impostas pela pandemia, o método científico estudo de caso, ficou mais aproximado da realidade do escritor, permitindo, assim, descrever com maior quantidade de detalhes de uma situação, as percepções por parte da empresária, as escolhas e decisões tomadas por ela para gerir a crise e buscar estratégias financeiras para a retomada das atividades, com caráter qualitativo na coleta das informações em formulação de entrevista semiestruturada com a empreendedora Albaniza Farias, diretora da Nova Turismo LTDA.

Em sua revisão sistemática da literatura, ao analisarem os métodos utilizados em estudos sobre resiliência em tempos de crise, consideraram a pesquisa com métodos qualitativos com entrevistas em profundidade e estudos de umas abordagens metodológicas mais adequadas por permitir que novas pesquisas se aprofundem no assunto com foco nas experiências vividas pelos empreendedores. (CASTRO e ZERMENO et al., 2021)

A relevância do estudo está baseada na existência de lacunas sobre o assunto. Consoante Amaral 2021, a especificidade e a atualidade do tema proposto no presente estudo, assim como o fato de existirem muitas lacunas a serem investigadas sobre a temática, e a abordagem do estudo de caso se mostram particularmente relevantes.

Optou-se por estudo de caso único, por uma melhor qualidade da pesquisa e pela profundidade que ela pode ser explorada com mais afinco. A empresa escolhida necessita de cumprir os pré-requisitos estabelecidos pelo pesquisador:

- Pertencer ao setor do Turismo;
- Tratar-se de uma pequena empresa brasileira;
- Estar ativa durante a pandemia do COVID-19.
- Acessibilidade e contato com a empresa

O caso da Empresa Nova Turismo foi identificado como o que atende aos critérios preestabelecidos. Além disso, o pesquisador teve acesso à empresa, cuja empreendedora concordou com a colaboração de dados e a entrevista.

A pesquisa buscou responder o seguinte questionamento:

- Quais são as estratégias financeiras da Nova Turismo para a recuperação do turismo no período pós-pandêmico?

A entrevista aconteceu em fevereiro de 2022, de forma presencial nas dependências da empresa, no município de Campina Grande, com o consentimento da empreendedora e a autorização para a gravação do material, a entrevista aconteceu com perguntas semiestruturadas, a gravação foi feita por smartphone e a transcrição realizada pelo aluno, a entrevista teve duração de certa de 16 minutos e após todo esse processo o material veio à tona a ser discutindo e auxiliando na elaboração do trabalho.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Descrição da Empresa

Na data de 22/06/1998 foi fundada a Nova Turismo, em Campina Grande, na Paraíba, pela empreendedora Albaniza Farias, na qual, no início, forneceu serviços de transporte com vans, transfer e receptivo de clientes, e com o passar dos anos e a experiência adquirida no serviço de receptivo, aumentou e abrangeu as ocupações para agência de viagens, começando, assim, a fornecer passagens aéreas nacionais e internacionais, tornando-se o intermédio entre o cliente final e a companhia aérea, além de, também, fornecer a formulação de passeios para clientes que procuram o turismo ecológico com destino ao Cariri, bem como ao Brejo paraibano. Relatou Albaniza:

“Nós trabalhamos com serviço de transfer, que seriam aqueles serviços de pegar os turistas no aeroporto e levar para o hotel, também trabalhamos com o transfer do hotel para lojas, transfer para shoppings e restaurantes também, mas a gente procura sempre está levando esse turista para locais mais regionais.” (Albaniza)

“Temos também o City Tour, que a gente procura fazer o City Tour diferenciado para Campina Grande, que é algo como experiência cultural, não é um City Tour que a gente faz comum, é um City Tour onde a gente busca trazer um pouco da nossa cultura, colocar dentro daquele espaço onde o turista vai vivenciar, não só os pontos turísticos, mas também a questão cultural, que seria aquele trio de forró autenticamente nordestino né, seria a literatura de cordel, a apresentação dos pontos turísticos são feitos todos em cordel, tem também a questão da embolada né e tem toda a interação com um condutor lúdico, que isso facilita muito para quem está ali visitando os pontos turísticos e também fazendo visita na vila do artesão, que é assim algo onde os turistas podem levar uma lembrancinha da nossa cidade.” (Albaniza)

A empresa continua, durante os anos, ganhando seu espaço no mercado de Turismo e Receptivo em Campina Grande, em que já participou de transfer com sua frota de veículos para o Presidente da República, em visita ao nosso estado, como também na participação de deslocamento de atores para gravação de séries e novelas no território paraibano.

4.2 Resultados

Antes da pandemia da Covid-19, o São João de Campina Grande, que é o maior referencial turístico para a cidade, seguiu ano após ano em crescimento, como foi citado na revisão da leitura deste trabalho. Em consonância com a SEDE⁹, no ano de 2017 foi introduzido 200 milhões de reais na economia local, já no ano de 2019 foram injetados, por meio do São João, o montante de 300 milhões de reais, um crescimento de 50% referente ao ano de 2017, tudo isso com o consumo dos Turistas em hotéis, restaurantes, pontos turísticos e durante os 30 dias de festividades. Esse crescimento foi confirmado pela entrevistada quando questionada de como se portava a economia durante o São João de Campina Grande antes do período pandêmico, declara Albaniza:

“É, em relação ao São João assim eu acho que evoluiu muito porque não estava mais só aquele turismo regional, a gente já via que tinha pessoas vindo do Sudeste, vindo de outras regiões já para participar da festa, mas o turismo assim no São João estava

⁹ Secretaria de Desenvolvimento Econômico.

ficando organizado e assim deu um passo grande em relação a organização de festas em relação a cultura também.” (Albaniza)

Também outro meio dos turistas conhecerem a cidade e a cultura nordestina oferecida pela Nova Turismo através do trem do forró que tem um potencial de alcance muito grande do ponto de vista de participantes que são em torno de 1000 pessoas divididas em 10 vagões; a entrevistada relata sobre o período em que organizou o projeto. Declarou Albaniza:

“O trem a gente trabalhou, 3 anos era algo que gerava muito emprego, mas a gente não quis continuar por conta das dificuldades que tinha em relação a linha férrea né, mas que é um projeto que eu estou tentando colocar para a frente porque, assim, é um projeto muito grande onde se trabalha a cultura, trabalha também a questão educacional e trabalha também o turismo. Então é um projeto que, se conseguir colocar ele pra funcionar, aí poder ter um circuito ferroviário do forró, a gente vai trabalhar não só a cidade de Campina Grande, mas a gente pode estar trabalhando a cidade de Pocinhos, a gente pode estar trabalhando a cidade de Santa Rita, Cabedelo, Campina Grande e Ingá, formando o circuito ferroviário do forró.” (Albaniza)

Em meio às dificuldades durante a pandemia, principalmente entre os períodos de março de 2020 até meados de agosto de 2021, com a alta de casos, surgimento de novas variantes e o estresse causado pelo isolamento social na população mundial, foi iniciada a reabertura dos locais públicos, o retorno das viagens aéreas, a reabertura das fronteiras entre países, a demanda de deslocamento para esses espaços teve um aumento significativo. Os turistas, por sua vez, procuraram novas formas de diversão e descontração após esse período de confinamento que, relativamente, foi extenso, considerando o ponto de vista de que temos uma população ativa e, através disso, a Nova Turismo promove um passeio panorâmico interativo com os turistas, relatou:

“O ônibus do forró, estamos planejando para fazer esse ano (2022), a gente conseguiu fazer esse ano em João Pessoa e a procura foi muito boa lá em João Pessoa. Assim porque o fluxo de turistas lá é maior do que aqui em Campina, nesse período do mês de dezembro e janeiro, lá a procura foi muito grande até por lá não ter tantos atrativos turísticos, em relação à questão cultural, lá tem praia, mas atrativo turístico mesmo eles não têm.” (Albaniza)

Durante o período em que as empresas do setor comercial e de serviços não essenciais permaneceram com suas portas fechadas ou parcialmente, as agências de turismo não ficaram indiferentes a essa situação, e foram obrigadas a parar seus atendimentos presenciais. Diante dessa realidade, iniciaram-se as dificuldades para manter as empresas funcionando. Sobre isso, foi questionado como a empresa Nova Turismo conseguiu permanecer com seu funcionamento, mesmo de forma parcial, e como superou o auge da pandemia sem precisar fechar as portas:

“É bem complicado porque, assim, a gente conseguiu se manter, porque a gente tinha alguns contratos, não é em relação ao Turismo, mas seria em relação a locação de veículos e com as reservas que a gente tinha. Mas ficou bem complicado porque foi um dos setores que foi mais afetado, acredito que em primeiro lugar, eventos, e em segundo, Turismo, foi bem afetado mesmo, porque, assim, a prioridade é, como você falou, é a questão de alimentação, medicação essas coisas.” (Albaniza)

Também foi questionado se houve, de forma direta, empenho e comprometimento do Estado em auxiliar as empresas de pequeno porte e o setor de turismo durante a pandemia, tendo em vista algumas grandes empresas receberem auxílio para poder manter a folha salarial em

dia com seus funcionários. Quando questionada sobre o recebimento desse auxílio para qualquer finalidade da empresa, Albaniza relatou:

“Eu acho que ficou muito a desejar, porque, assim, a gente tem bom relacionamento com os bancos, mas o que eu percebo é que o que é destinado, é destinado nas grandes empresas, quer dizer, as empresas que estão, que são consideradas grandes empresas, têm a facilidade de chegar até ao gerente e receber esse recurso com mais facilidade do que um microempresa. Quando a gente chega, geralmente os recursos já têm acabado, então, aqui na Nova mesmo a gente não utilizou nenhum tipo de recurso que venha do Governo Federal.” (Albaniza)

Durante a entrevista, foi feito o questionamento central do trabalho: quais as estratégias financeiras a empresa Nova Turismo situada no município de Campina Grande buscou para a recuperação do setor do Turismo no cenário pós-pandêmico? A resposta da entrevistada foi:

“É tentar ver junto as instituições, tipo o Banco do Nordeste, Banco do Brasil, pra gente ficar com capital de giro que dê pra se trabalhar e procurar parcerias, parcerias com SEBRAE, FIEP, parceria com outras agências, parcerias com restaurantes, parcerias com hotéis, parcerias com o treid, pra tentar todo mundo se reerguer juntos porque não é fácil, é difícil. A gente sabe que mesmo conseguindo o capital para você iniciar, é algo que se você não souber administrar direitinho, acaba indo embora e você não tem um retorno, então pra mim a peça fundamental são as parcerias mesmo.” (Albaniza)

A parceria com os bancos é o ponto central para a retomada do setor do Turismo, segundo a empreendedora, a qual percebeu que não houve essa proximidade durante o período mais crítico da pandemia, e/ou auxílio do Estado para o enfrentamento junto às empresas. E, para finalizar este ambiente de resultados, ela relatou também quais as expectativas para 2022 e os anos subsequentes ao pós-pandemia.

As expectativas são otimistas com o turismo regional da Paraíba, o fortalecimento e a união entre os stakeholders é fundamental para que o crescimento aconteça e mantenha o setor aquecido nesse retorno às atividades, aproveitando as parcerias que estão surgindo ao nível nacional, de grandes operadoras como a CVC¹⁰, que vêm para somar com a experiência, agregando ainda mais ao turismo campinense.

4.3 Discussão

A análise feita para essa discussão, foi realizada à luz da literatura, examinada anteriormente na revisão de leitura, a partir de uma pesquisa semiestruturada com a empreendedora e diretora Albaniza Farias, no dia 21/02/2022. A entrevista durou em torno de 15 minutos e gerou um relatório com cerca de 2.337 palavras na transcrição da entrevista, foram respondidos os questionamentos elencados na metodologia do trabalho, dentre outras perguntas que surgiram ao longo das respostas que ela relatou.

Como foi apontado na literatura do trabalho, o Governo não criou nenhum meio que pudesse auxiliar as pequenas empresas durante a pandemia, o que é confirmado pela empreendedora que, ao procurar algum auxílio ou algo que fosse relacionado, não estava mais disponibilizado pois outras grandes empresas tinham chegado antecipadamente e já recebido os benefícios. Um outro fato que atesta a falta de compromisso do Estado é a pessoa do Presidente da República, o qual criou o veto no dia 07/01/2022, um projeto de lei previamente aprovado

¹⁰Agencia de Turismo e Viagens ao nível nacional.

na Câmara dos Deputados, bem como no Senado Federal, para o reescalonamento do pagamento de débitos no âmbito do Simples Nacional (Relp), um projeto que beneficiaria os microempreendedores e microempresas, fazendo, assim, com que as empresas tivessem um certo “fôlego” para continuar a manter suas atividades. Essa seria uma política que afetaria diretamente o grande conglomerado de empresas que mantêm a economia brasileira ativa e crescendo, o que 7 em cada 10 empregos formais no Brasil são fornecidos por microempresas.

Respondendo ao questionamento central do trabalho, a empreendedora relatou um meio de superar esse impasse econômico. Ela descreveu que existem dois meios que favoreçam como uma estratégia financeira de retomada a todo vapor do setor, sendo: a união de todos os meios que trabalham com turismo, diretamente ou indiretamente, e, essa união fortalecer todo o setor, podendo, assim, oferecer experiências para os turistas, que, a princípio serão turistas regionais/locais, ou seja, já conhecem a cultura. Com essa união, haveria o surgimento de nova ideias de como investir e inovar; o outro meio estratégico financeiro seria com parcerias com bancos locais e nacionais, por exemplo: Banco do Nordeste e Banco do Brasil, sendo os mais acessíveis para as empresas e a finalidade seria a de aquisição de capital de giro para conseguir trabalhar com certo nível de segurança e estabilidade.

Esses seriam os meios mais eficazes, segundo Albaniza, que ajudariam a retomada com estratégias diretas financeiras do setor de Turismo em Campina Grande. Outro ponto que pode ser explorado é a motivação e o vislumbre para os próximos anos com a melhora nos números já no ano de 2022, no turismo regional, com a novidade de parcerias nacionais para fortalecer o turismo local, a vinda de operações eleva a importância de Campina Grande para o turismo nacional, trazendo ainda mais turistas, aquecendo a economia com a entrada de recursos, investimentos, aprimorando processos.

“Eu estou bem otimista, assim, eu acho que o turismo enquanto Campina Grande né, enquanto regional, a gente conseguiu avançar muito porque essa questão da regionalização, essa questão de trabalhar os roteiros integrados, que era algo, que foi um projeto que a gente fez há sete anos atrás, e não conseguiu evoluir, mas hoje a gente viu que se deu um passo muito grande, muito à frente onde já se conseguiu que operadoras de turismo vir para Campina Grande para estar participando e vendo como funciona e como é, porque a visão que o pessoal tem é que todo mundo é aquela coisa sofrida, que não tem atrativo, que é só pé rachado, aquela coisa de você ter o preconceito do nordestino.” (Albaniza)

Mesmo em meio aos desafios, o turismo se manteve em segundo plano e está retornando aos poucos, desde o final de 2021, com uma grande capacidade de um novo crescimento e, acertadamente dito pela empreendedora, que a cidade tem um grande potencial turístico, tal como a Paraíba, e esse é o momento de “aproveitar” essa aptidão que o estado possibilita juntamente com as estratégias supramencionadas pela entrevistada, para que haja um retorno consolidado e com metas a serem alcançadas pelo setor de Turismo, e agora, com o olhar nacional:

“Uma operadora que veio só veio uma, a CVC, mas acredito que virão muitas outras né, e a partir do momento que a gente se organiza com os municípios junto com Campina Grande o treid, junto não trabalhando com a Nova, a gente tem outras agencias também de receptivo que trabalhando todo mundo junto a gente vai conseguir crescer sim, o momento é esse né, essa questão da regionalização tem tudo a ver com o que a gente faz aqui.” (Albaniza)

Dentro dessas duas percepções, conclui-se que as estratégias elencadas pela empreendedora é a observância do retorno, a partir do questionamento do trabalho em perceber

que o que ela pensou já está se materializando como objetivo tácito, que são as estratégias pensadas com a abrangência de novas parcerias que já estão chegando.

5 CONCLUSÃO

O estudo procurou relatar a vivência da empresa Nova Turismo, situada, em Campina Grande (PB), durante a pandemia da Covid-19, com o olhar de novas estratégias financeiras para a recuperação do turismo no cenário pós-pandemia.

Durante a análise, a partir dos relatos cedidos pela empreendedora, percebeu-se que o estado ainda não tinha uma política que favorecesse os microempreendedores e microempresas de todos os segmentos e setores de mercado, dificultando, assim, a continuidade dos trabalhos das empresas de turismo no âmbito nacional e regional. O turismo juntamente com o setor de eventos, foram um dos primeiros afetados com a pandemia, tornando-se serviços inviáveis durante o ápice da contaminação do vírus por promover grandes aglomerações em espaços públicos, o qual daria margem para favorecer a proliferação do novo coronavírus, e registrando uma perda tanto para o turismo local quanto internacional. A (OMT), divulgou uma nota informando que o período entre janeiro e outubro de 2020 culminou em um grande impacto na economia, aproximadamente, foram perdidos 900 milhões de turistas internacionais, impacto que se traduz na perda de US\$ 935 bilhões em receitas (FORBES).

As novas estratégias apuradas a partir da entrevista realizada com a diretora da Nova Turismo é que o treid turístico de Campina Grande precisa estar unido aos hotéis, restaurantes, agências, locadoras de veículos, governo municipal, bancos e entre outros stakeholders para fortalecer ainda mais o turismo no pós-pandemia. A principal estratégia financeira é buscar o auxílio juntamente com os bancos, podendo, assim, oferecer empréstimos para tornar esse valor em capital de giro das organizações, possibilitando que esses valores sejam tratados como uma reserva para poder trabalhar e investir sem receio, podendo ser feito o investimento no que for necessário para o fortalecimento conjunto do turismo no município de Campina Grande.

Em meio a esse contexto, os objetivos traçados e questionamentos propostos do trabalho foram alcançados, respondendo à pergunta de quais as estratégias financeiras da Nova Turismo para o pós-pandemia da Covid-19, com os resultados referenciados e reforçando, de forma ordeira e concreta, a negação do olhar do Estado brasileiro para o microempreendedor.

A limitação para o trabalho foi que o método utilizado na pesquisa, que não permitiu a abrangência do estudo, no qual restringiu a apenas uma organização para discussão. Vale ressaltar que o não fornecimento de dados por parte da empresa, sobre a realização do Ônibus do Forró e do Trem do Forró em anos anteriores, dificultou a concretização de pensamento e comprovação tácita da literatura apresentada, como também a escassa literatura para a revisão de leitura do trabalho proposto.

E como sugestão para o tema proposto por serem questões ainda pouco estudadas, o Turismo e a Pandemia, podendo, assim, trazer mais possibilidades de respostas para os questionamentos elaborados e abrangendo o trabalho para outras agências situadas na região metropolitana de Campina Grande e também na própria cidade.

6 REFERÊNCIAS

AMARAL, Priscila Correa Franco. **A crise do Covid-19 no turismo – O Caso da café e viagens. 2021.** Dissertação. Dissertação (Pós-graduação em Administração de Empresas) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Considerações sobre a atuação do banco Central na crise de 2008.** Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/pec/wps/port/wps202.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2022

BRASIL, PORTAL DA TRANSPARENCIA. **Portal da transparência divulga gastos federais específicos para o combate ao coronavírus.** Disponível em: <<https://www.portaltransparencia.gov.br/comunicados/60z3503-portal-da-transparencia-divulga-gastos-federais-especificos-para-combate-ao-coronavirus>>. Acessado em: 04 out. 2021

BRASIL, PORTAL DA TRANSPARENCIA. **Concessão de financiamentos para o pagamento da folha salarial devido a pandemia do covid-19.** Disponível em: <<http://www.portaltransparencia.gov.br/programas-e-acoes/acao/00S5-concessao-de-financiamentos-para-o-pagamento-da-folha-salarial--devido-a-pandemia-do-covid---?ano=2020>>. Acessado em: 04 out.2020

BRASIL, RECEITA FEDERAL. **Apresenta os relatórios estatísticos que consideram todos os MEIs formalizados no Portal ou optantes do SIMEL.** Disponível em: <<http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/opcoesRelatorio.jsf#>>. Acessado em: 04 out. 2021

BRASIL ESCOLA. **O que foi a Crise de 1929?** Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/historia/o-que-foi-a-crise-1929.htm>>. Acessado em: 09 fev. 2022

SEBRAE, **Panorama dos pequenos negócios 2018.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/Panorama_dos_Pequenos_Negocios_2018_AF.pdf>. Acessado em: 04 out. 2021

CAMPINA GRANDE. **Maior São do Mundo alavanca economia de Campina Grande e perspectivas para 2018 são ainda melhores.** Disponível em: <<https://campinagrande.pb.gov.br/maior-sao-do-mundo-alavanca-economia-de-campina-grande-e-perspectivas-para-2018-sao-ainda-melhores/>>. Acessado em: 14 fev. 2022

CORREIO BRAZILIENSE. **Falta de São João dá forte golpe na economia do nordeste pelo 2º ano.** Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2021/06/4932110-falta-de-sao-joao-da-forte-golpe-na-economia-do-nordeste-perda-de-rs-433-milhoes.html>>. Acessado em: 14 fev.2022

ETENE, LUCIANA MOTA TOMÉ. **SETOR DE TURISMO: IMPACTOS DA PANDEMIA,** Ano 5 | Nº 122 | agosto | 2020.<https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/bitstream/123456789/300/1/2020_CDS_124.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2021

ETENE. **Setor de Turismo: Impactos da Pandemia.** Disponível em: <<https://www.bnb.gov.br/documents/80223/7641164/INFORME+MPE+Ano+III+-+08+-AGOSTO+20.pdf/87971b52-7496-28ba-44a5-5b777aa10838>>. Acesso em: 07 fev. 2022

FORBES. **A retomada do turismo: veja como 7 empresas avaliam o setor no pós-pandemia.** Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbeslife/2021/04/a-retomada-do-turismo-veja-como-7-empresas-avaliam-o-setor-no-pos-pandemia/>>. Acessado em: 07 out. 2021

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS – FGV. **Década cada vez mais perdida na economia brasileira e comparações internacionais.** Disponível em: <<https://portal.fgv.br/artigos/decada-cada-vez-mais-perdida-economia-brasileira-e-comparacoes-internacionais>>. Acessado em: 60/ out. 2021

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAUDE, OMS. **Folha informativa sobre COVID-19.** Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19#:~:text=A%20COVID%2D19%20%C3%A9%20uma,febr e%2C%20cansa%C3%A7o%20e%20tosse%20seca>>. Acessado em: 08 fev. 2022

ORGANIZAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS, ONU. **FMI baixa previsões para 2020 e espera recessão global de 4,9%.** Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2020/06/1718022>>. Acesso em: 12 fev. 2022

ANEXOS – Transcrição da entrevista

A entrevista com a diretora da Nova Turismo, Albaniza Farias, aconteceu no dia 21/02/2022, gerando em média uma transcrição de 2337 palavras. A entrevista foi autorizada pela diretora da empresa.

Eduardo – “Albaniza, durante o Turismo no São João, o que a empresa Nova Turismo fornece aos turistas que vem até a cidade, que vem conhecer o que é o São João de Campina Grande, o que a empresa em si consegue fornecer para esses turistas que vem até Campina Grande?”

Albaniza – “Nós trabalhamos com serviço de transfer, que seriam aquele serviço de pegar os turistas no aeroporto e levar para o hotel, é, também trabalhamos com o transfer do hotel para loja, transfer para shoppings e restaurantes também, mas a gente procura sempre está levando esse turista para locais mais regionais, temos também o City Tour, que a gente procura fazer o City Tour diferenciado para Campina Grande, que é algo como experiencia cultural, não é um City Tour que a gente faz comum, é um City Tour onde a gente busca trazer um pouco da nossa cultura, colocar dentro daquele espaço onde o turista vai vivenciar não só os pontos Turísticos, mas também a questão cultural, que seria aquele trio de forró autenticamente nordestino né, seria a literatura de cordel, a apresentação dos pontos turísticos são feitos todos em cordel, tem também a questão da embolada né, e tem toda a interação com um condutor lúdico, que isso facilita muito para quem está ali visitando os pontos turísticos e também fazendo visitação na vila do artesão, que é assim, algo onde os turistas podem levar uma lembrancinha da nossa cidade.”

Eduardo – “Entendi. É... e na questão da senhora enquanto empreendedora para Campina Grande né, como o trabalho é voltado para a região de Campina e o setor metropolitano, é... antes da pandemia, como é que se encontrava o setor de turismo em Campina, estava em alta, estava em baixa? Porque a gente percebe que aqui há dois pontos que a gente percebe, que o Turismo é maior, pelo menos, na minha visão, que é a questão do Carnaval da Paz agora que há um maior volume de turistas para a Consciência Cristã e o Crescer e também no São João, que é o período da festa, 30 dias de festas, é... como a senhora enxerga, fazendo uma análise mais histórica de antes da pandemia, como estava o setor de turismo aqui em Campina Grande?”

Albaniza – “É... em relação ao São João... assim, eu acho que evoluiu muito porque não estava mais só aquele turismo regional, a gente já via que tinha pessoas vindo do Sudeste, vindo de outras regiões já para participar da festa e assim há ainda no Carnaval da Paz, a gente tem poucos turistas, a gente vê que é mais o regional também e por se concentrar mais nas igrejas e eles não saem para conhecer a cidade, eles ficam mais dentro do evento, então isso não traz um retorno no sentido de turismo mesmo, de estar indo para restaurante, de “tá” fazendo visitas em museu, em vila de artesão, mas o turismo... “assim”... no São João estava ficando organizado e assim deu um passo grande em relação à organização de festas em relação à cultura também, só que com a pandemia eu acho que isso vai retroceder um pouco acho que o turista que vai vir vai ser mesmo o regional, até existe projeto já nas Operadoras de Turismo, que trabalhar a regionalização porque o pessoal está procurando fazer mais esse turismo regional por poder ir de carro, poder ir de ônibus, não precisar estar pegando voo... “assim”..., mas tende a crescer porque Campina é um polo, eu sempre enxerguei Campina Grande como Gramado, e sempre vi a possibilidade de Campina crescer tanto quanto Gramado em relação a isso, o que precisa é só se organizar, porque a gente tem o Cariri que tem coisas lindas, belíssimas para se conhecer, a gente tem o brejo que “assim”, a parte de engenhos e história também é muito enriquecedor, então Campina tem tudo para crescer turisticamente falando, basta o treid se organizar porque “assim”, não é uma agência que faz só, não é a prefeitura que faz só divulgando, mais se o treid

não tiver organizado, se o restaurante não tiver junto com o hotel, se o hotel não estiver junto com a agência, a gente não sai do lugar não.”

Eduardo - “E a gente agora falou antes da pandemia, e agora durante a pandemia, como foi que a Nova Turismo conseguiu se portar na questão do home office, que a gente sabe que o turismo, que eu escrevi isso na parte do texto do trabalho, que o turismo foi o primeiro que foi, vamos dizer assim, menos acessível para as pessoas, para o turista vir buscar, porque se tornou uma questão de lazer do que uma necessidade o pessoal viajar né? O pessoal estava mais preocupado com a alimentação, com saúde, com não transmitir a questão da COVID. E como é que a Nova conseguiu se comportar nesse contexto da pandemia?”

Albaniza – “É bem complicado porque assim... a gente conseguiu se manter porque a gente tinha alguns contratos, não é em relação ao turismo, mas seria em relação a locação de veículos e com as reservas que a gente tinha, mas ficou bem complicado porque foi um dos setores que foi mais afetado. Acredito que em primeiro lugar, eventos e, em segundo, turismo, foi bem afetado mesmo, porque assim, a prioridade é como você falou, é a questão de alimentação, medicação, essas coisas.”

Eduardo – “De que forma, não sei se teve, a questão desse auxílio, escrevi também que para grandes empresas o governo, estou colocando aqui de forma Federal, viu que deu suporte para a questão de pagamento de folha salarial, eu tenho essa informação, vi que a Alpargatas recebeu, por meio de funcionários e pesquisas que a Alpargatas recebeu. Mas de que forma o setor público de Campina ou se não teve, ou se existiu ou se não, esse auxílio, não só referente a pagamento, a incentivo ou a facilidades durante a pandemia ou agora para esse pós-pandemia que a gente já está, não está no fim dela, mas com uma abertura maior para que o turismo aconteça. Como foi essa forma do setor público com o turismo aqui em Campina Grande?”

Albaniza – “Eu acho que ficou muito a desejar, porque assim, a gente tem bom relacionamento com os bancos, mas o que eu percebo é que o que é destinado, é destinado para grandes empresas, quer dizer, as empresas que estão, que são consideradas grandes empresas, têm a facilidade de chegar até o gerente e receber esse recurso com mais facilidade do que uma microempresa. Quando a gente chega, geralmente, os recursos já têm acabado, então, aqui na Nova mesmo a gente não utilizou nenhum tipo de recurso que venha do Governo Federal, mesmo que não precisando, mas eu queria que tivesse pego, só para a questão de se resguardar para caso precisasse, mas todas as vezes que a gente solicitava ou que ia até o banco, quando ficava sabendo, as grandes empresas já tinham levado tudo, então é complicado para o microempreendedor sobreviver, se você não tiver um financeiro organizado, você não consegue se manter não.”

Eduardo – “Agora eu vou fazer um outro retorno, a questão do São João, já fui funcionário da empresa, e, pesquisando, também vi que tem a questão de dois pontos bem específicos que a empresa conseguiu promover, que foi o Ônibus do Forró e o Trem do Forró. Se eu não estiver enganado, esses dois eventos, e aí eu queria saber como é que ocorria, como que acontecia esses dois momentos no São João, eu vi que é uma parte bem característica que a Nova conseguiu e consegue fazer até hoje, o Ônibus do Forró permanece fazendo isso, mas como era essa questão antes da pandemia e com a pandemia? Se caiu, se teve uma queda ou uma maior procura, de como está acontecendo agora o Ônibus do Forró, nessa nova modalidade vamos dizer assim.”

Albaniza – “O Ônibus do Forró, estamos planejando para fazer esse ano (2022), a gente conseguiu fazer esse ano em João Pessoa e a procura foi muito boa lá em Joao Pessoa, assim, porque o fluxo de turistas lá é maior do que aqui em Campina nesse período do mês de dezembro e janeiro. Lá, a procura foi muito grande até por lá não ter tantos atrativos turísticos em relação a questão cultural, lá tem praia, mas atrativo turístico mesmo eles não têm, eu espero e assim, estou bem esperançosa que seja algo bem diferente, mas que venha trazer resultados, eu sei que não vai ser o esperado, que a gente esperava que fosse aquele São João maior do

mundo, mas eu acredito que vá ser algo diferente, mas que dá pra gente trabalhar. O Trem a gente trabalhou 3 anos, era algo que gerava muito emprego, mas a gente não quis continuar por conta das dificuldades que tinha em relação a linha férrea né, mas que é um projeto que eu estou tentando colocar para a frente, porque assim, é um projeto muito grande onde se trabalha a cultura, trabalha também a questão educacional e trabalha também o Turismo. Então é um projeto que se conseguir colocar ele pra funcionar, aí poder ter um circuito ferroviário do forró, a gente vai trabalhar não só a cidade de Campina Grande, mas a gente pode estar trabalhando a cidade de Pocinhos, a gente pode estar trabalhando a cidade de Santa Rita, Cabedelo, Campina Grande e Ingá, formando o circuito ferroviário do forró e o Ônibus a gente pretende fazer esse ano, novamente na mesma modalidade, no mesmo período que vai ocorrer o São João e também levar para João Pessoa em outra data.”

Eduardo - “E agora que é a pergunta chave do trabalho, que é aquela que eu vou procurar responder. Quais são as estratégias financeiras que foram pensadas ou se ainda estão sendo formuladas para o setor de turismo, pela Nova Turismo daqui para frente? A gente veio de um período bom do São João, do turismo que é o maior forte aqui na nossa região, passou pela pandemia, um período mais difícil da gente trabalhar o turismo é por falta de turistas, pela questão dos decretos, não poder aglomerações, e a gente sabe que o forró e o São João promove essa aglomeração, então quais são as estratégias financeiras? Antes teve a questão da parte boa do São João, veio a parte mais difícil que as reservas foram se diminuindo, e agora quais são as estratégias a partir de agora para frente, para o pós-pandemia o que a Nova Turismo ou a senhora, como empreendedora pensa do que fazer de estratégia financeira, de como, não de recuperar, mas de buscar fôlego novamente nessa questão das estratégias financeiras?”

Albaniza – “É tenta ver junto as instituições tipo o Banco do Nordeste, Banco do Brasil, pra gente ficar com capital de giro que dê pra se trabalhar e procurar parcerias, parcerias com SEBRAE, FIEP, parceria com outras agências, parcerias com restaurantes, parcerias com hotéis, parcerias com o treid, pra tentar todo mundo se reerguer juntos porque não é fácil, é difícil, a gente sabe que mesmo conseguindo o capital para você iniciar, é algo que se você não souber administrar direitinho, acaba indo embora e você não tem um retorno, então pra mim a peça fundamental são as parcerias mesmo.”

Eduardo – “Que aí a senhora já respondeu uma outra pergunta que eu ia fazer, se as parcerias fortalecem nessa estratégia financeira no leque de crescimento, e aí a senhora já respondeu que a base para esse retorno, as estratégias financeiras, hoje as parcerias, juntar todo mundo, pegar nas mãos e vamos todos juntos e não cada um no seu lugar que aí não vai conseguir fazer esse retorno. E a última pergunta, minha última pergunta: na visão de empreendedora, como está as expectativas para os anos subsequentes né? Positivas, negativas, a princípio estão mais pacatas. E aí no decorrer, como estão essas expectativas?”

Albaniza – “Eu estou bem otimista, assim, eu acho que o turismo enquanto Campina Grande né, enquanto regional, a gente conseguiu avançar muito porque essa questão da regionalização, essa questão de trabalhar os roteiros integrados, que era algo, que foi um projeto que a gente fez há sete anos atrás e não conseguiu evoluir, mas hoje a gente viu que se deu um passo muito grande, muito à frente onde já se conseguiu que operadoras de turismo vir para Campina Grande para estar participando e vendo como funciona, e como é, porque a visão que o pessoal tem é que todo mundo é aquela coisa sofrida que não tem atrativo, que é só pé rachado, aquela coisa de você ter o preconceito do nordestino e quando eles vêm aqui eles veem coisas bonitas para se oferecer, ver que o pessoal sabe acolher, tem uma culinária muito boa e assim, o que a gente precisava nesse momento é o que está acontecendo, da operadora vir pra cá ver como funciona realmente, ver uma coisa e você ver e vivenciar para poder você vender, então eu acredito que isso tende a crescer uma operadora que veio só veio uma, a CVC, mas acredito que virão muitas outras, né? E a partir do momento que a gente se organiza com os municípios junto com Campina Grande, o treid junto, não trabalhando com a Nova, a gente tem outras

agências também de receptivo que, trabalhando todo mundo junto, a gente vai conseguir crescer sim, o momento é esse né, essa questão da regionalização tem tudo a ver com o que a gente faz aqui.”

Eduardo – “Então eu agradeço as informações para a pesquisa, vou escutar o áudio com aquilo que eu já consegui escrever sobre a questão do turismo, a crise, né? Como está se portando, agora. Com isso que a senhora forneceu, vou tentar elaborar uma discussão sobre o tema e uma conclusão sobre o que foi fornecido hoje, então eu agradeço.”

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela oportunidade e por ter permitido chegar à conclusão desta etapa na minha vida.

À Universidade Estadual da Paraíba, pelo esforço e empenho com seus alunos e com a vaga, fez mais um filho de bordadeira e pedreiro realizar o sonho de ter a sua graduação.

Ao departamento, à coordenação e à secretaria do curso de Administração, por toda atenção e colaboração para o fluxo das atividades desenvolvidas durante o curso.

A todos os professores, pelo tempo de qualidade oferecido em cada componente explanado durante todo o período acadêmico.

À Kaline de Pace, orientadora deste trabalho, por todo empenho, indicação, dedicação e paciência ao longo da orientação.

À minha mãe Ana Cristina, por dedicação e cuidado diário durante todo o curso e na vida. Ao meu pai Elivaldo de Oliveira, que, mesmo de longe cuidava, e preocupava-se com tudo e, ao meu irmão, Emilio Fernandes, pelo companheirismo e ajuda.

À Mariana Sampaio, por todo incentivo, ajuda, companheirismo e preocupação durante o curso para que este estudo acontecesse.

À Albaniza Farias, diretora e empreendedora da “Nova Turismo”, pela abertura da empresa para a pesquisa e por fornecer todos os dados necessários.

Ao grupo de oração Vida Nova, por me fazer entender que este curso é vontade de Deus em minha vida e por todo incentivo durante esses anos.