

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

Eduardo Fernandes Alves ¹
Kaline Di Pace Nunes ²

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. À frente dessa realidade, o presente estudo, 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 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. Estima-se que, com o término da pandemia, o turismo poderá voltar a contribuir com a recuperação socioeconômica, embora o retorno das atividades estejam 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.

Palavras-chave: Pandemia; Turismo; Campina Grande; Nova Turismo;

INTRODUÇÃO

Estratégias financeiras pode ser elencado como a forma em que a empresa gerencia o seu dinheiro a independer 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 -19³. 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

¹ Graduado do Curso de Administração da Universidade Estadual - PB, eduardo.fernandes.alves2@email.com;

² Mestra pelo Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal - PE, kalinedipace@email.com;

³ A 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)

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 Mundo”⁴, 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).

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

⁴ 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.

identificar as estratégias financeiras a empresa busca para o pós-pandemia, verificar as 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.

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 cerca de 16 minutos e após todo esse processo o material veio à tona a ser discutindo e auxiliando na elaboração do trabalho.

REFERENCIAL TEÓRICO

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.

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 stakeholders⁵ 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.

⁵ Grupos de interesse ou partes interessadas.

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”⁶, 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 CODECOM⁷, 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,

⁶O 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.

⁷Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de 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.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

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 intermediário 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.

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 SEDE⁸, 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

⁸ Secretaria de Desenvolvimento Econômico.

de outras regiões já para participar da festa, mas o turismo assim no São João estava 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:

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.

Durante o período em que as empresas do setor comerciário 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 enfileiramento 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 CVC⁹, que vêm para somar com a experiência, agregando ainda mais ao turismo campinense.

2.1 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

⁹Agencia 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 novas 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.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

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.

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-acoef/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