

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE HOTELARIA

ABIGAIL MENDES DA SILVA
YOLAINE CORDEIRO SILVA

O TRADE TURÍSTICO E AS AGÊNCIAS DE VIAGENS: contribuições e
desafios para a realização de roteiros para os maranhenses.

São Luís
2023

ABIGAIL MENDES DA SILVA
YOLAINE CORDEIRO SILVA

O TRADE TURÍSTICO E AS AGÊNCIAS DE VIAGENS: contribuições e
desafios para a realização de roteiros para os maranhenses.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Curso de Bacharelado
em Hotelaria da Universidade Federal
do Maranhão - UFMA, como pré-
requisito para obtenção do grau de
Bacharel em Hotelaria.

Orientador: Prof. Dr. Jonilson Costa
Correia

São Luís
2023

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Silva, Abigail Mendes da.

O trade turístico e as agências de viagens :
contribuições e desafios para a realização de roteiros
para os maranhenses / Abigail Mendes da Silva, Yolaine
Cordeiro Silva. - 2023.

35 f.

Orientador(a): Jonilson Costa Correia.

Curso de Hotelaria, Universidade Federal do Maranhão,
São Luís, 2023.

1. Agências de Viagens. 2. Maranhão. 3. Roteiros. 4.
Trade Turístico. 5. Turismo. I. Correia, Jonilson Costa.
II. Silva, Yolaine Cordeiro. III. Título.

ABIGAIL MENDES DA SILVA
YOLAINE CORDEIRO SILVA

O TRADE TURÍSTICO E AS AGÊNCIAS DE VIAGENS: contribuições e
desafios para a realização de roteiros para os maranhenses.

Relatório de Organização de Evento
apresentado ao Curso de Bacharelado em
Hotelaria da Universidade Federal do
Maranhão - UFMA, como pré-requisito
para obtenção do grau de Bacharel em
Hotelaria.

Orientador: Prof. Dr. Jonilson Costa
Correia

Aprovado em ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Jonilson Costa Correia - Orientador

Profª. Ma. Emanuely Ferreira dos Reis Luz - 1º Examinador(a)

Profª. Ma. Letícia Cynara Santos Silva - 2º Examinador(a)

AGRADECIMENTOS

Abigail Mendes da Silva

Agradeço a Deus por ter me dado sabedoria e discernimento para conduzir este trabalho e por ter me iluminado em todos os momentos de dúvida e incerteza. Sua graça e misericórdia foram fundamentais para a realização deste projeto.

Agradeço aos meus pais, que me ensinaram a importância da disciplina, do esforço e da dedicação e me apoiaram em todas as escolhas que fiz durante minha jornada acadêmica. Seu exemplo de vida é minha inspiração e motivação para buscar sempre o melhor.

Ao Professor Dr. Jonilson Costa, meu orientador, expresso minha gratidão pela orientação sábia e pelo suporte durante todo o processo. Sua expertise foi um guia valioso.

Agradeço à minha amiga Yolaine Cordeiro por tornar esta jornada acadêmica inesquecível. Juntas, não apenas completamos um TCC, mas também construímos memórias duradouras. Obrigada por sua parceria e amizade.

Agradeço a todos os professores que, ao longo de minha formação acadêmica, me ajudaram a construir uma visão crítica e reflexiva sobre o mundo e a ciência. Sem sua orientação, este trabalho não teria alcançado a profundidade e a qualidade que conseguiu.

Expresso meu sincero agradecimento aos palestrantes e mediadores que, com suas valiosas contribuições, enriqueceram este estudo. Suas perspectivas foram não apenas informativas, mas também verdadeiramente inspiradoras.

Aos colegas de classe e colaboradores no evento, agradeço pela colaboração e pela energia positiva que impulsionou este trabalho.

Gostaria de agradecer à instituição, que me proporcionou todas as ferramentas necessárias para o desenvolvimento deste trabalho. Seu corpo docente e equipe administrativa foram fundamentais para minha formação acadêmica e profissional.

Este trabalho é um testemunho não apenas de esforço individual, mas também da graça divina e do apoio generoso de muitos. Agradeço a todos que fizeram parte desta jornada.

AGRADECIMENTOS

Yolaine Cordeiro Silva

Primeiramente, a Deus, que me permitiu chegar até aqui, me concedendo saúde e sabedoria para alcançar meus objetivos.

À minha família por se alegrar com minhas conquistas e em especial aos meus pais, Pedro e Sylvia, por sempre me motivar a estudar e por se sacrificarem na minha criação, sou grata pela educação que me deram e por isso consegui chegar até aqui!

Agradeço ao meu namorado Wanderson, que sempre me deu todo apoio e suporte, por sempre estar ao meu lado motivando com as melhores palavras de incentivo a finalizar essa etapa, meu amor, você foi meu combustível.

A minha amiga de curso Abigail, que convivi durante todos estes anos, obrigada por estar comigo desde o início, nos momentos bons e ruins, sempre me ajudando de todas as formas na universidade, obrigada pelo companheirismo e experiência trocada, por sempre me incentivar sem duvidar que seríamos capazes de finalizar esse trabalho, sua amizade ao longo da minha jornada sei que foi enviada por Deus e quero levar para além da vida acadêmica.

Agradeço aos meus professores do curso de Hotelaria da Universidade Federal Do Maranhão, pela qualidade do ensino e dedicação na arte de lecionar, em especial ao meu orientador Dr. Jonilson Costa, agradeço por aceitar nortear este trabalho de pesquisa por meio palavras sábias e intervenções proveitosas, sem sua ajuda não seria possível.

RESUMO

Este relatório visa descrever os acontecimentos do Seminário de Trabalho de Conclusão de Curso, abordando o tema: “O trade turístico e as agências de viagens: contribuições e desafios para a realização de roteiros para os maranhenses”. O evento contou com a participação de palestrantes representando a Secretaria de Turismo do Maranhão (SETUR - MA) e agências de viagens, com destaque para a participação da Babaçu Viagens e Turismo. As diferentes perspectivas apresentadas pelos palestrantes ofereceram uma compreensão ampla e enriquecedora dos desafios e das perspectivas no âmbito do trade turístico e na elaboração de roteiros para os maranhenses. O evento visou promover um espaço de reflexão e aprendizado sobre o impacto do trade turístico e as agências de viagens com suas contribuições e desafios na realização de roteiros para os maranhenses, visando enriquecer o entendimento sobre o turismo na região e suas implicações. Assim, estabeleceram-se como objetivos: estimular o debate entre a Universidade, profissionais do setor turístico e o público em geral sobre as oportunidades e desafios relacionados ao trade turístico no Maranhão; fomentar o diálogo, a troca de conhecimentos e a conscientização sobre a importância do trade turístico das agências de viagens para a realização de viagens pelos maranhenses e o desenvolvimento do turismo local; apresentar informações sobre o papel das agências de viagens no mercado de viagens de São Luís, destacando a importância e o alcance delas para os roteiros turísticos do Maranhão. A metodologia desta pesquisa adota uma abordagem descritiva e qualitativa, empregando pesquisa bibliográfica para fundamentação teórica e análise qualitativa para compreender as contribuições das agências de viagens e os desafios dos maranhenses na criação de roteiros turísticos. Com o objetivo de atingir plenamente as metas estabelecidas, optou-se por estruturar o evento como um seminário, proporcionando um ambiente propício à interação e ao compartilhamento de conhecimentos entre os participantes.

Palavras-chave: Trade Turístico; Agências de Viagens; Turismo; Maranhão; Roteiros.

ABSTRACT

This report aims to describe the events of the Course Completion Work Seminar, addressing the theme: 'Tourist trade and travel agencies: contributions and challenges for designing itineraries for the people of Maranhão.' The event featured speakers representing the Tourism Secretariat of Maranhão (SETUR - MA) and travel agencies, with special emphasis on the participation of Babaçu Viagens e Turismo. The diverse perspectives presented by the speakers provided a comprehensive and enriching understanding of the challenges and prospects in the field of tourist trade and in the development of itineraries for the people of Maranhão. The event aimed to promote a space for reflection and learning about the impact of tourist trade and travel agencies, their contributions, and challenges in designing itineraries for the people of Maranhão, with the goal of enhancing understanding of tourism in the region and its implications. Thus, the objectives were established as follows: stimulate discussion among the University, tourism industry professionals, and the general public about opportunities and challenges related to tourist trade in Maranhão; foster dialogue, knowledge exchange, and awareness regarding the importance of the tourism trade and travel agencies for Maranhenses' journeys and the development of local tourism; provide information about the role of travel agencies in the travel market of São Luís, highlighting their importance and reach for the tourist itineraries of Maranhão. The methodology of this research adopts a descriptive and qualitative approach, employing bibliographic research for theoretical foundation and qualitative analysis to understand the contributions of travel agencies and the challenges faced by the people of Maranhão in creating tourist itineraries. In order to fully achieve the established goals, the decision was made to structure the event as a seminar, providing an environment conducive to interaction and knowledge sharing among participants.

Key-words: Tourism Trade; Travel Agencies; Tourism; Maranhão; Itineraries.

Lista de Ilustrações

Figura 1 - Cerimonialista e Mesa de Abertura.....	19
Figura 2 - Palestrante e Mediadora da 1ª mesa.....	20
Figura 3 - Palestrantes e Mediadora da 2ª mesa.....	20
Figura 4 - Momento de Agradecimento e Encerramento do Evento.....	21
Figura 5 - Momento de Agradecimento e Encerramento do Evento.....	21
Figura 6 - <i>Coffee-break</i> do Evento	22
Figura 7 - Dados da pesquisa	23
Figura 8 - Dados da pesquisa	23
Figura 9 - Dados da pesquisa	24
Figura 10 - Dados da pesquisa	24
Figura 11 - Logomarca do evento.....	27
Figura 12 - Banner do evento.....	27
Figura 13 - Marcadores.....	28
Figura 14 - Instagram do Evento	29
Figura 15 - Cartaz do Evento	29

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Orçamento de todos gastos durante a preparação do evento.....	30
Tabela 2 - Cronograma do evento	31

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 JUSTIFICATIVA	11
3 REFERENCIAL TEÓRICO	13
4 EQUIPE TÉCNICA	14
5 OBJETIVOS DO ESTUDO.....	15
6 METODOLOGIA	15
7 ATIVIDADES PRÉ-EVENTO	17
8 IMPLEMENTAÇÃO DO EVENTO.....	18
9 RESULTADOS ALCANÇADOS	22
10 PLANO DE MARKETING	26
11 ORÇAMENTO DO EVENTO.....	30
12 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO.....	31
13 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	32
REFERÊNCIAS	33

1 INTRODUÇÃO

Com base nas informações do Ministério do Turismo (2014) e no contexto turístico maranhense, as Agências de Viagens e Turismo desempenham um papel central no dinâmico trade turístico. Elas atuam como intermediárias de todos os serviços turísticos, coordenando aspectos como hospedagem, transporte e atrações locais. Esse papel fundamental permite a criação de experiências completas aos visitantes, contribuindo significativamente para a dinâmica e o desenvolvimento do setor turístico na região.

A otimização da infraestrutura e a superação de desafios dependem crucialmente da integração eficaz entre as agências de viagens e o trade turístico, assegurando um crescimento positivo e sustentável para o setor no estado. O evento, integrante do processo de conclusão dos cursos de hotelaria, teve como propósito criar um ambiente reflexivo sobre as contribuições e desafios no desenvolvimento de roteiros turísticos voltados para os maranhenses. Nessa iniciativa, palestrantes, representando tanto a Secretaria de Turismo do Maranhão quanto agências de viagens, enriqueceram o evento com suas visões especializadas, proporcionando uma análise abrangente e detalhada do cenário turístico local.

Durante o Seminário que abordou "O trade turístico e as agências de viagens: contribuições e desafios para a realização de roteiros para os maranhenses", foram exploradas temáticas cruciais para a compreensão do setor turístico. A primeira mesa concentrou-se na análise dos "Atrativos Turísticos do Maranhão", enquanto a segunda discutiu o "Papel das agências de viagens na divulgação e criação de roteiros turísticos para os maranhenses". As palestras abordaram aspectos cruciais, como os atrativos locais e o papel das agências na elaboração de roteiros adaptados à realidade maranhense, oferecendo uma visão mais abrangente sobre o cenário turístico na região.

No contexto do trade turístico e das agências de viagens, destaca-se a relevância do conhecimento sobre os atrativos turísticos locais. Compreender profundamente as características e potencialidades dos destinos maranhenses é crucial para que as agências possam criar roteiros atrativos e alinhados às preferências e expectativas do público local. Essa familiaridade com as particularidades regionais colabora não apenas para a eficiência operacional das agências, mas também para a promoção de experiências enriquecedoras e autênticas para os turistas locais. Nesse sentido Mota (2011, p. 11), ressalta que a percepção de um lugar é intrinsecamente ligada à maneira como cada público interage e é impactado por ele. Destaca-se a relevância de comunicar de forma eficaz os atrativos locais, assegurando que a imagem do lugar coincida com a visão desejada pelos habitantes ou pela gestão do destino.

Segundo, Mota (2011, p. 11) “a comunicação age como um indutor da imagem do lugar, fazendo a informação ou a mensagem desejada circular e chegar ao público-alvo almejado, gerando demanda turística e receita para a localidade.” Sendo assim, é evidente a importância da comunicação na formação da imagem de um destino turístico. Ele ressalta que a comunicação não é só para informar, mas tem um papel fundamental em criar uma identidade alinhada aos valores locais. As agências de viagens, como mencionado por Mota (2011, p. 11), desempenham um papel essencial ao influenciar a disseminação da informação desejada e na construção da imagem do destino. Essa abordagem destaca a conexão entre comunicação eficaz, formação de imagem e impacto no turismo local, reforçando a necessidade de uma estratégia coesa na promoção turística.

Ao longo do evento, explorou-se a grande importância das agências de viagens no contexto da divulgação e construção de roteiros turísticos, especialmente direcionados aos maranhenses. Elas foram reconhecidas como atores-chave na promoção dos atrativos locais e na formulação de roteiros turísticos.

Adicionalmente ao exposto anteriormente, no documento do MTUR (2007), que aborda o Programa de Regionalização do Turismo, destaca-se ainda mais a importância dos órgãos oficiais de turismo, e suas competências de induzir, apoiar a promoção, trabalhar cooperativamente, fornecer informações turísticas e participar ativamente na elaboração de planos estratégicos e de marketing para os roteiros e a região turística em questão. Essa cooperação sinérgica entre agências e órgãos oficiais desempenha um papel crucial na criação de uma oferta turística que atenda às necessidades específicas da população local, fortalecendo assim o setor turístico na região.

Nos próximos capítulos, iremos abordar detalhadamente como transcorreu o evento em análise, apresentando em seguida as conclusões e debates resultantes. Durante o evento em questão, identificamos desafios significativos na integração e comunicação entre agências de viagens e outros setores do trade turístico. Essas observações sinalizam oportunidades para aprimoramento, visando fortalecer a eficácia na oferta de roteiros personalizados e diversificados, alinhados às expectativas dos maranhenses.

2 JUSTIFICATIVA

A realização deste evento acadêmico é uma estratégia essencial para a disseminação do conhecimento e o fomento de debates sobre o serviço e as agências de viagens e roteiros, capacitando profissionais para aprimorar a qualidade desses serviços e atender às necessidades em constante evolução dos viajantes. Nesse contexto, a proposta de realizar o evento "O trade

turístico e as agências de viagens: contribuições e desafios para a realização de roteiros para os maranhenses", agendado no dia 16 de novembro de 2023 na Fábrica Santa Amélia, São Luís, Maranhão, surge como uma iniciativa de grande relevância para diversos motivos.

Em primeiro lugar, a escolha do tema "O trade turístico e as agências de viagens: contribuições e desafios para a realização de roteiros para os maranhenses" reflete a crescente importância do turismo como um agente transformador na vida dos maranhenses. Conforme, Theobald, 2002) explana:

Ao longo de toda história registrada, de certa forma o Turismo teve um impacto sobretudo e todos os que estiveram em contato com ele. Num plano ideal, esses impactos deveriam ter sido positivos, no tocante aos benefícios obtidos tanto pelas áreas de destino quanto por seus residentes. Esses impactos positivos significariam para o local resultados tais como melhorias nas condições econômicas, uma promoção social e cultural e a proteção dos recursos ambientais. Teoricamente, os benefícios do Turismo deveriam produzir ganhos muito superiores aos seus custos. (THEOBALD, 2002, p.81).

Dentro desse contexto, é imperativo aprofundar a análise do papel essencial desempenhado pelas agências de viagens. Estas atuam como elementos complementares de extrema relevância na viabilização e aprimoramento das experiências turísticas destinadas aos maranhenses.

Em segundo lugar, destaco a relevância deste evento ao promover uma discussão aprofundada sobre o impacto da valorização de roteiros locais. Vale ressaltar, contudo, que o diferencial do evento reside na abordagem muitas vezes negligenciada: explorar a experiência dos turistas maranhenses ao viajar dentro do próprio estado. Esta temática, ainda pouco explorada, carece de análises que evidenciem suas nuances e potencialidades.

Ao compreender as motivações que orientam os maranhenses na escolha de destinos turísticos oferecidos pelas agências, os debates propostos enriquecem as discussões sobre a responsabilidade destas na viabilização de roteiros para a comunidade local. Esse enfoque não apenas consolida o evento como um ponto focal na promoção do turismo interno, mas também proporciona ponderações valiosas sobre as necessidades específicas dos maranhenses em relação às opções de viagem em seu próprio estado. Essa abordagem confere ao evento um foco significativo na valorização do turismo interno e nas necessidades específicas dos maranhenses.

A iniciativa de organizar este evento científico demonstra, portanto, o compromisso do Curso de Hotelaria e dos profissionais locais em promover o debate e a conscientização sobre temas cruciais para o desenvolvimento do estado do Maranhão. As discussões propostas para este momento proporcionarão um ambiente propício para a troca de conhecimentos e experiências, além de oportunizar a construção de redes de relacionamento, colaboração e parcerias entre os participantes.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

No setor de turismo, as agências de viagens ocupam uma posição de destaque, desempenhando um papel crucial na comercialização e na prestação de serviços relacionados a viagens e turismo, que são de grande importância tanto para a economia local quanto nacional. Segundo Acerenza (1999) apud Machado et al. (2009, p. 5):

As agências de viagens são organizações responsáveis pela produção e intermediação de serviços pertencentes ao setor de viagens e turismo. Suas funções básicas estão em torno da organização, reservas, promoção e vendas dos serviços de alojamento, meios de transportes, alimentação, locais de lazer, além de providenciar vistos, seguros etc. Os serviços prestados por uma agência de viagens são basicamente os de informação e assistência, a venda de serviços avulsos e a de serviços organizados. Os serviços de informação e de assistência referem-se aos informes de viagem oferecidos pelos agentes de viagens aos clientes, a venda de serviços avulsos é a comercialização separada dos serviços de transporte, hospedagem e outros e a de serviços organizados é ofertada de maneira conjunta, podendo ser estabelecidos pela própria agência ou pelas operadoras de viagem. (MACHADO, 2009, p.5)

As agências de viagens e turismo atuam como intermediárias na venda de produtos turísticos e orientam o fluxo de turistas. “As agências de viagens formam o grupo mais importante do sistema de distribuição e venda de produtos turísticos que envolvem viagens”. (BALANZÁ & NADAL, 2003). Elas conectam os viajantes aos destinos turísticos e podem operar em nível nacional e internacional, seguindo normas internacionais e legislações locais. Segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2007, p. 13), roteiros turísticos são descritos como “itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade. É definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística”.

Portanto, os roteiros turísticos constituem o alicerce de uma experiência turística bem planejada, formando uma narrativa que revela a essência de um destino. Sendo assim um roteiro turístico precisa ser um guia estratégico que delinea a identidade e o potencial de um local, fornecendo guias para integrar atrações, serviços, infraestrutura e recursos locais. Desse modo, os destinos turísticos podem consolidar seus produtos e aprimorar sua atratividade no mercado turístico. No entanto, Tavares (2002) defende que a relevância dos roteiros turísticos, não devem ser simples coleções de atrativos, mas sim oportunidades para que os turistas mergulhem na realidade da região, explorem a cultura e aproximem-se do povo. Considerando as necessidades de atender aos desejos e expectativas dos turistas, fica claro que eles não buscam simplesmente adquirir um serviço ou produto, mas sim vivenciar novas experiências e sensações proporcionadas pelos serviços e produtos que fazem parte da comunidade local.

A criação de roteiros personalizados por agências de viagens é essencial para explorar os atrativos maranhenses, proporcionando experiências enriquecedoras aos turistas. Analisando a riqueza do Maranhão, é notável seu destaque como um polo turístico de relevância nacional

e internacional, graças à abundante diversidade de atrações naturais que a região oferece. Santos e Teixeira (2009, p. 229) afirmam que:

Dentre as chamadas belezas naturais, o Maranhão possui o segundo maior litoral do Brasil, o que lhe confere atrativos como o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, o Delta do Parnaíba (75% pertence a este Estado, e os 25% ao estado do Piauí), a Baía de São Marcos (onde se situa a ilha de São Luís), a Área de Proteção Ambiental das Reentrâncias Maranhenses (maior concentração de mangues do Brasil), o Parque Estadual do Parcel de Manoel Luís (maior banco de corais da América Latina) e a expressiva Reserva Biológica do Gurupi. (SANTOS; TEIXEIRA, 2009, p.229)

No Sul do estado há a unidade de conservação Parque Nacional da Chapada das Mesas, com vários hectares de cerrado, composto por cachoeiras, nascentes e paredões de rocha e o Parque Estadual do Mirador ótima opção de Ecoturismo para os amantes da natureza e aventura. O Parque Estadual do Mirador oferece oportunidades únicas de exploração e contato com a biodiversidade local, complementando as maravilhas naturais encontradas no Parque Nacional da Chapada das Mesas, tornando o sul do estado do Maranhão um destino imperdível para os entusiastas da natureza e do ecoturismo. Assim têm-se os cinco polos turísticos do Maranhão:

1. No Polo da Floresta dos Guarás, a APA das Reentrâncias Maranhenses;
2. No Polo dos Lençóis Maranhenses, o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses;
3. No Polo da Chapada das Mesas, o Parque Nacional da Chapada das Mesas;
4. No Polo do Delta das Américas, o Delta do Parnaíba;
5. No Polo de São Luís, os municípios de Alcântara, Paço do Lumiar, Raposa, São José de Ribamar e a própria cidade de São Luís.

No contexto cultural, o Maranhão é notório por suas diversas manifestações artísticas, como o bumba-meu-boi, o cacuriá, a dança portuguesa, o tambor-de-crioula e o tambor-de-mina, este último reconhecido como patrimônio imaterial. Além disso, a culinária maranhense, fortemente influenciada pelas tradições indígenas e africanas, oferece uma experiência gastronômica rica e única que enriquece ainda mais o cenário cultural da região.

4 EQUIPE TÉCNICA

Para a composição da comissão organizadora do evento, contamos com a participação das estudantes do curso de Bacharelado em Hotelaria: Abigail Mendes da Silva e Yolaine Cordeiro Silva. Essas estudantes desenvolveram o Evento Científico como parte do Trabalho de Conclusão de Curso, sob a orientação do Professor Doutor Jonilson Costa Correia.

Para auxiliar na execução do evento, foi realizado o recrutamento de pessoal, incluindo monitores do Núcleo de Projetos e Pesquisa em Hotelaria (NuPPHo). As atividades cerimoniais e de mediação foram conduzidas pelos estudantes e membros da equipe técnica, composta por

Rodrigo e Eduardo Filipe. O credenciamento ficou a cargo de Roberta, enquanto Lydiane Barros prestou apoio na sala de auditório.

Com base no roteiro elaborado pela equipe técnica, o evento foi conduzido desde a Mesa de Abertura até os agradecimentos e o encerramento. Abigail Mendes foi responsável por manter contato com os palestrantes e confirmar presenças, além da confecção de material de marketing para divulgação, incluindo material gráfico. Yolaine Silva se encarregou de manter contato com os mediadores, confirmar presença e realizar a divulgação nas redes sociais. Portanto, cada membro da equipe organizadora contribuiu de forma significativa para o bom andamento do evento, assumindo responsabilidade sobre suas respectivas funções.

5 OBJETIVOS DO ESTUDO

Objetivo Geral

Promover um espaço de reflexão e aprendizado sobre o impacto do trade turístico e as agências de viagens com suas contribuições e desafios na realização de roteiros para os maranhenses, visando enriquecer o entendimento sobre o turismo na região e suas implicações.

Para alcance do objetivo geral, foram elencados os seguintes objetivos específicos:

- a) Estimular o debate entre a Universidade, profissionais do setor turístico e o público em geral sobre as oportunidades e desafios relacionados ao Trade Turístico no Maranhão.
- b) Fomentar o diálogo, a troca de conhecimentos e a conscientização sobre a importância do trade turístico das agências de viagens para a realização de viagens pelos maranhenses e o desenvolvimento do turismo local.
- c) Apresentar informações sobre o papel das agências de viagens no mercado de viagens de São Luís, destacando a importância e o alcance delas para os roteiros turísticos do Maranhão.

6 METODOLOGIA

A pesquisa se caracteriza como descritiva, pois nos permite coletar dados detalhados. Desenvolve-se a partir da abordagem qualitativa que nos permite mergulhar profundamente nas experiências e perspectivas das partes envolvidas. Conforme Godoy (1995), a pesquisa qualitativa inicia com questões ou áreas de interesse amplas que se tornam mais definidas à medida que avança. Ela implica a coleta de informações descritivas relacionadas a indivíduos, locais e interações através da interação direta do pesquisador com o contexto em estudo.

Além disso, é relevante destacar que esta pesquisa é também de natureza bibliográfica, incorporando a revisão e análise crítica da literatura relacionada ao tema em questão. A abordagem bibliográfica enriquece o trabalho, proporcionando uma fundamentação teórica sólida que respalda a compreensão e interpretação dos dados coletados durante a pesquisa qualitativa. Segundo Gil (1994), a pesquisa bibliográfica é uma metodologia que fornece suporte teórico para todas as outras abordagens de pesquisa, especialmente aquelas que demandam estudos exploratórios ou descritivos. Essa metodologia oferece uma visão abrangente da problemática que permeia e orienta a investigação, permitindo, assim, a construção literária de um quadro conceitual que envolve o objeto da pesquisa.

A abordagem qualitativa ajuda a avaliar o evento "O trade turístico e as agências de viagens: contribuições e desafios para a realização de roteiros para os maranhenses". Assim, o objetivo deste trabalho é analisar e oferecer uma descrição das contribuições das agências de viagens e dos desafios enfrentados pelos maranhenses ao planejar e realizar roteiros turísticos por meio dessas agências. Araújo e Oliveira (1997, p. 11) resumem a pesquisa qualitativa da seguinte maneira:

(...) se desenvolve numa situação natural, é rico em dados descritivos, obtidos no contato direto do pesquisador com a situação estudada, enfatiza mais o processo do que o produto se preocupa em retratar a perspectiva dos participantes, tem um plano aberto e flexível e focaliza a realidade de forma complexa e contextualizada. (ARAÚJO; OLIVEIRA, 1997, p. 11)

O trabalho buscou responder questões relacionadas ao "o que" e "como" essas contribuições e desafios se manifestaram no cenário turístico do Maranhão. Através da coleta e análise de dados qualitativos, o estudo proporcionou uma compreensão aprofundada e contextualizada desse fenômeno, permitindo uma compreensão mais profunda da natureza desse processo e de como ele ocorreu.

O evento foi um encontro presencial realizado no turno vespertino, das 14h às 17h, em 16 de novembro de 2023, na Fábrica Santa Amélia, localizada em São Luís, MA. O evento reuniu representantes chave do setor de turismo e hotelaria, incluindo Werllem Frazão, assessor sênior na Superintendência de Regionalização de Turismo da SETUR do Maranhão, e Amadeu Lisboa, diretor da agência de viagens Babaçu Viagens e Turismo. A participação destes profissionais nas mesas temáticas enriqueceu significativamente a metodologia, proporcionando uma análise valiosa das complexidades do turismo no Maranhão, com foco na criação de roteiros para os maranhenses. Ao destacar desafios inerentes ao setor, os participantes ofereceram uma perspectiva crítica sobre a realidade turística do estado. A interação entre eles fortaleceu a compreensão coletiva, evidenciando o papel central das

agências de viagens na personalização desses roteiros. Essa abordagem, ao fornecer uma visão crítica e prática, contribuiu de maneira expressiva para a discussão sobre as contribuições e desafios ao elaborar e concretizar roteiros turísticos.

7 ATIVIDADES PRÉ-EVENTO

A etapa pré-evento foi marcada por atividades estratégicas conduzidas pela comissão organizadora, liderada pelas graduandas Abigail Mendes da Silva e Yolaine Cordeiro Silva, sob a orientação do Professor Doutor Jonilson Costa Correia. Algumas semanas antes do evento, realizaram-se reuniões semanais com o orientador, Professor Dr. Jonilson Costa Correia. Nesse primeiro momento, por meio de sugestões da equipe organizadora e do orientador, foi concebido o tema do evento, intitulado: "O Trade Turístico e as Agências de Viagens: contribuições e desafios para a realização de roteiros para os maranhenses". A partir desse ponto, iniciou-se a elaboração do projeto, decidindo-se sobre a programação e o local do evento. Definiram-se os temas das mesas temáticas, sendo eles: "Atrativos turísticos do Maranhão" e "Papel das agências de viagens na divulgação e criação de roteiros turísticos para os maranhenses".

Logo após a definição do tema as graduandas foram responsáveis por liderar o processo de planejamento, organização e execução do projeto. Esta fase envolveu a definição dos objetivos do evento, a elaboração do cronograma e a distribuição de tarefas entre os membros da equipe. Posteriormente, a equipe e o orientador entraram em contato por telefone e pessoalmente para realizar o convite prévio aos profissionais e confirmar a disponibilidade de horário e data para participação. Os profissionais que confirmaram presença como palestrantes foram: Werllem Frazão, assessor sênior na Superintendência de Regionalização de Turismo da SETUR do Maranhão e Amadeu Lisboa, diretor da agência de viagens Babaçu Viagens e Turismo. Como mediadoras, confirmaram participação as professoras Marilene Sabino e Emanuely Luz. Em seguida, a proposta do projeto foi apresentada, e para formalizar o processo, foram enviados convites formais para o e-mail de cada profissional.

Dessa forma, a data do evento foi confirmada para 16 de novembro de 2023, com realização no turno vespertino. Simultaneamente, a estratégia de divulgação teve início com a escolha da plataforma SIGEVENTOS UFMA para as inscrições online, escolhida pela facilidade de acesso e para o acompanhamento eficiente do número de participantes. A comissão organizadora optou por usar o WhatsApp como parte integrante dessa estratégia, desenvolvendo banners virtuais compartilhados em grupos específicos dos Cursos de

Graduação em Hotelaria e Turismo da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, buscando alcançar profissionais do setor hoteleiro, turismólogos e estudantes.

Em paralelo, para ampliar a visibilidade do evento, foi solicitada à Gráfica Universitária da UFMA a produção de cartazes informativos estrategicamente fixados nos corredores do Complexo Fábrica Santa Amélia, onde estão localizados os cursos de graduação em Turismo e Hotelaria da instituição. Essa estratégia física foi concebida para atingir uma audiência mais abrangente na comunidade acadêmica, proporcionando uma presença visual de destaque.

A criação de uma conta exclusiva no Instagram, feita pela equipe organizadora, também desempenhou um papel significativo na estratégia de divulgação, proporcionando uma plataforma adicional para compartilhar informações, envolver o público e gerar entusiasmo entre os potenciais participantes.

Também foi estabelecido o contato com a equipe de apoio, decidindo-se pelo envolvimento dos monitores do NuPPHo. A proposta foi formulada durante uma reunião realizada em 27 de setembro de 2023, fortalecendo a equipe e proporcionando suporte adicional para a realização eficiente do evento. Destaca-se também o suporte essencial da Universidade, fundamental para a produção do evento, contribuindo de maneira significativa para sua realização. A colaboração do Departamento de Turismo e Hotelaria (DETUH) e da Coordenação do curso de Hotelaria (COHOT), ao reservar o auditório e fornecer os equipamentos necessários por meio de comunicações via e-mail, desempenhou um papel crucial no sucesso da execução do projeto. Essa parceria destacou-se como um elemento-chave para a efetivação do evento, evidenciando a importância do apoio institucional na promoção de iniciativas acadêmicas.

8 IMPLEMENTAÇÃO DO EVENTO

Para a realização do Seminário, foram criadas duas mesas temáticas com palestras que contribuíram para uma discussão e análise crítica das principais questões relacionadas à criação de roteiros turísticos para os maranhenses no estado, incluindo os desafios e as perspectivas atuais.

No início do evento, ocorreu a mesa de abertura com a participação das orientandas Abigail Mendes e Yolaine Cordeiro, juntamente com o orientador e chefe do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal de Maranhão (DETUH UFMA), Jonilson Costa Correia. Durante esse momento, foram expressos agradecimentos e destacada a importância do evento para o curso de Hotelaria.

Figura 1 - Cerimonialista e Mesa de Abertura.



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

Na primeira mesa, cujo tema foi "Atrativos turísticos do Maranhão", a mediação ficou a cargo da professora Marilene Sabino, e o palestrante foi Werllem Frazão, ex-aluno do curso de Turismo da UFMA e atual assessor sênior na Superintendência de Regionalização de Turismo da SETUR do Maranhão. A mesa abordou uma lista vasta de destinos turísticos, incluindo locais ainda não explorados, mas com potencial de roteiro no estado, e as influências desses destinos para o mercado de turismo e hotelaria. Durante sua fala, o convidado Werllem Frazão destacou sua trajetória profissional no mercado de turismo, as características singulares em cada parte do estado do Maranhão, frisando o turismo de experiência, de base comunitária, turismo de natureza e turismo religioso.

Ele complementou com os desafios para chegar nos destinos, a estrutura hoteleira defasada nos polos turísticos e a necessidade de criação de políticas públicas para agregar valor e desenvolver os destinos do estado. A professora Marilene Sabino, em sua fala, ressaltou a importância do sentimento de pertencimento dos nativos para conhecer e divulgar os atrativos, assim como a influência da hotelaria em indicar locais aos turistas. Finalizou com um convite a todos para conhecer a cidade de São Luís e o estado do Maranhão.

Figura 2 - Palestrante e Mediadora da 1ª mesa.



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

Na segunda mesa, com o tema "O papel das agências de viagens na divulgação e criação de roteiros turísticos para maranhenses", a Professora Emanuely Luz atuou como mediadora. O palestrante convidado foi Amadeu Lisboa, diretor da Babaçu Viagens e Turismo. A professora Emanuely Luz iniciou, trazendo informações sobre a agência de viagens Babaçu Turismo, apresentando expectativas para a mesa, tais como identificar as influências do perfil do cliente maranhense para conhecer seu estado e suas motivações, a importância de roteiros personalizados, pós-venda e o legado deixado para que o destino permaneça na mente do turista, influenciando na sua divulgação.

Dando continuidade, Amadeu Lisboa destacou sua trajetória profissional como empresário e agente de viagens, as dificuldades encontradas e as conclusões tiradas a partir de pesquisas feitas em sua agência junto aos maranhenses. Ele trouxe informações sobre como é feita a roteirização, as redes de apoio necessárias para isso e as consequências da criação do produto, como o fortalecimento da identidade local e a marca da região.

Figura 3 - Palestrantes e Mediadora da 2ª mesa.



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

Finalizando o evento, o orientador agradeceu a todos os presentes, reconhecendo a valiosa contribuição dos palestrantes para o sucesso do evento. Em seguida, as graduandas expressaram sua gratidão aos palestrantes, mediadores e ao orientador por meio de presentes simbólicos, ressaltando o apreço pela participação de cada um.

Figura 4 - Momento de Agradecimento e Encerramento do Evento



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

Destaca-se ainda que o palestrante Werllem Frazão, representante da SETUR - MA, retribuiu o gesto, presenteando os demais participantes das mesas, proporcionando um momento especial de troca e reconhecimento entre os envolvidos no evento.

Figura 5 - Momento de Agradecimento e Encerramento do Evento



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

Além disso, os participantes desfrutaram de um *coffee break* em um momento de integração, permitindo que os presentes interagissem e encerrassem o seminário de maneira descontraída e amigável. Participaram do evento 35 pessoas, incluindo palestrantes, orientador e organizadores.

Figura 6 - Coffee-break do Evento



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

9 RESULTADOS ALCANÇADOS

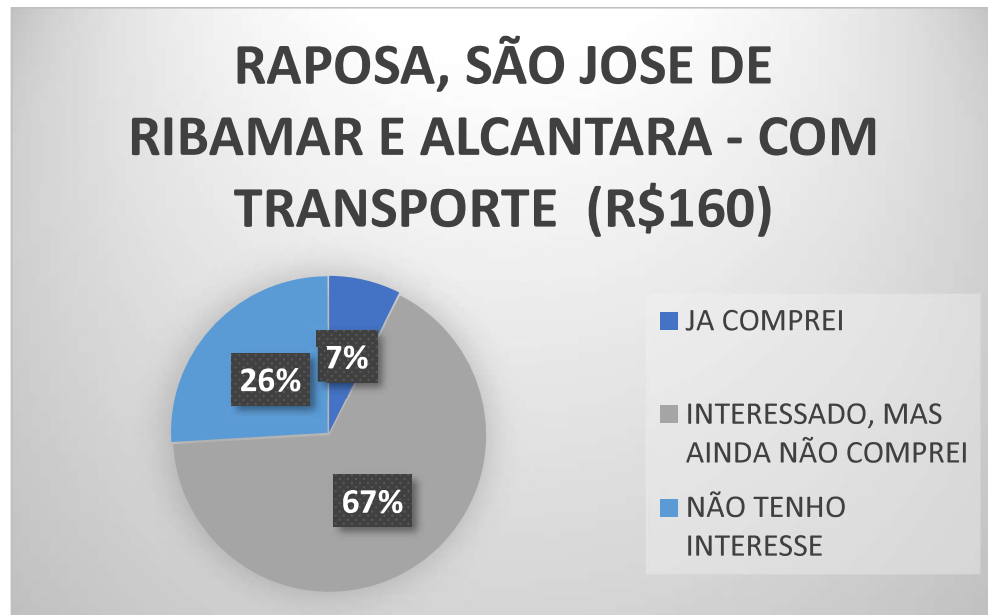
Os palestrantes trouxeram à tona os desafios enfrentados para a criação de roteiros turísticos, tanto de forma política quanto pessoal, como a falta de infraestrutura e transporte em alguns locais do estado, dificultando o lazer da população. Através da pesquisa feita pela agência Babaçu Viagens e Turismo em suas redes sociais e das perguntas aos alunos participantes durante o evento, visualizamos alguns obstáculos do público para conhecer os destinos do estado, sendo o principal ponto a falta de recursos financeiros.

A partir dessas conclusões, surgiu inicialmente a proposta de uma solução: realizar uma análise de mercado para identificar a classe consumidora do turismo no estado. Propõe-se, então, a criação de pacotes com preços atrativos destinados especificamente ao grupo menos favorecido interessado nos destinos. A integração entre ação política e estratégias comerciais busca abordar os desafios identificados, promovendo a cidadania ao estabelecer a participação abrangente de todos os envolvidos.

A seguir, são apresentados os dados da pesquisa conduzida pela Babaçu Viagens e Turismo, para avaliar o interesse local em três pacotes turísticos. Os resultados foram

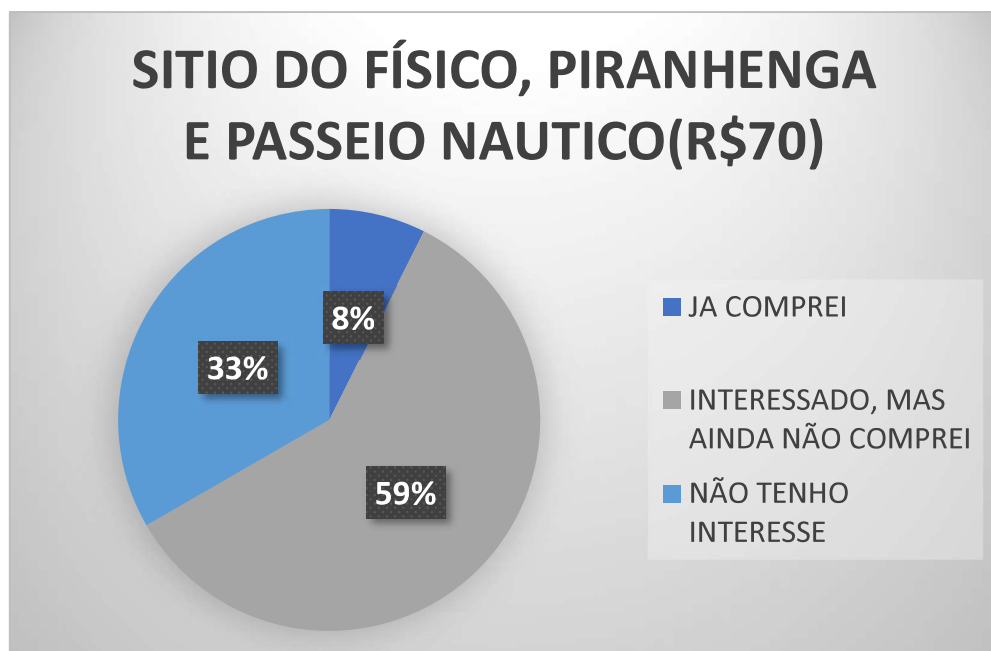
apresentados no evento. Os participantes foram convidados a expressar suas preferências e opiniões em relação aos pacotes turísticos oferecidos pela empresa.

Figura 7 - Dados da pesquisa



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

Figura 8 - Dados da pesquisa



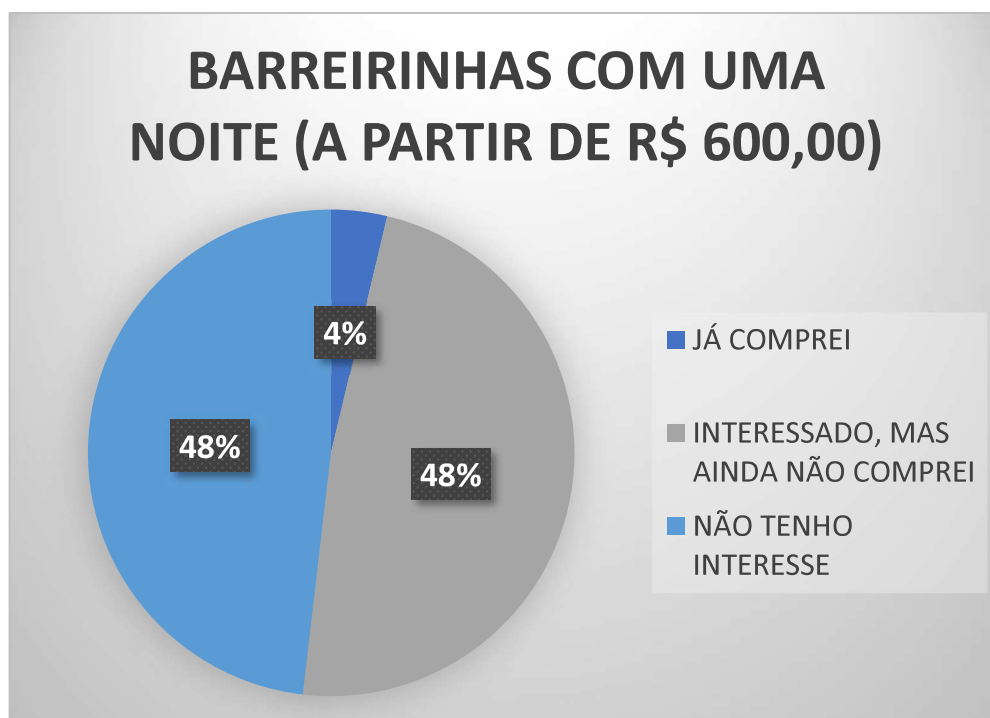
FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

Figura 9 - Dados da pesquisa.



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

Figura 10 - Dados da pesquisa



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

De acordo com os dados encontrados, é notório o interesse e desinteresse da população em diferentes pacotes oferecidos, percebe-se pelo fato dos valores diferentes, a empresa Babaçu Viagens e Turismo oferece serviços personalizados e de qualidade de acordo com o gosto do

cliente, entregando todo o suporte desde a efetivação da compra, viagem e retorno do turista, estando à disposição para quaisquer imprevistos, por isso, para garantir esse suporte é necessário um investimento maior pela empresa, além de pagamentos de taxas impostas para agências credenciadas. Por conseguinte, surge a pergunta: como efetivamente motivar o cliente até a conclusão da compra? A sugestão é estabelecer planos de marketing direcionados ao público local, incentivando e promovendo os destinos de maneira específica para a população local.

Finalmente, destaca-se, desde o início, a perspectiva de encarar o turismo como agente de transformação social antes mesmo da comercialização. Nesse contexto, propõe-se fomentar a educação social e o turismo nas escolas, além da implementação de programas em associação comunitária nos bairros. Essa abordagem é fundamental para promover uma compreensão mais ampla e integrada do impacto social do turismo antes de sua inserção no mercado.

No contexto de promover a educação social e o turismo nas escolas, além da implementação de programas em associação comunitária nos bairros o autor Rebelo (1998), afirma “A educação formal tem possibilidade de formar consciências turísticas, mão-de-obra para serviços turísticos e especialistas. através da escola ou com apoio de outras instituições que colaboram nos cursos e níveis oficiais de ensino no país.”. Para ampliar o conhecimento dos maranhenses sobre o turismo local, a implementação de conteúdos turísticos nas escolas, como destacado por Rebelo (1998), é fundamental. Essa abordagem visa não apenas formar futuros profissionais capacitados, mas também despertar o interesse da comunidade sobre as atrações turísticas da própria região. Colaborações entre instituições educacionais e o setor turístico local podem proporcionar experiências práticas, conectando o aprendizado teórico à realidade.

No âmbito das iniciativas governamentais para promover transformação social por meio do turismo, as premissas estabelecidas pelo Instituto Brasileiro de Turismo - Embratur, na deliberação normativa nº 115 de 5 de julho de 1983. Essa regulamentação propõe a realização de passeios e excursões, promovidos por entidades representativas de classe, sem fins lucrativos ou retribuições financeiras de qualquer espécie, direcionados a associados e seus familiares cujo nível de renda não lhes permita usufruir, aos preços vigentes no mercado, das programações oferecidas pelas empresas e empreendimentos turísticos. Essa medida visa promover a inclusão social e possibilitar o acesso a experiências turísticas para grupos socioeconômicos menos favorecidos, alinhando-se ao compromisso de democratizar o turismo.

O evento proporcionou um diálogo valioso, permitindo a compreensão de todas as etapas cruciais do turismo, desde a criação de roteiros até a comercialização. Essa interação

entre profissionais de turismo e hotelaria gerou um ambiente propício para a troca de conhecimentos, enriquecendo as práticas do setor e contribuindo para o desenvolvimento da indústria turística local.

Com base nos assuntos abordados neste evento, é evidente que há diversas opções para o turismo no estado e um interesse por parte da população em explorar esses destinos, o que consequentemente fortalece a identidade local, favorecendo a atuação de pequenas e microempresas e impulsionando a economia local. Sendo assim, é essencial que as agências de viagens, atuando como intermediárias na exploração desses destinos, analisem e criem uma estratégia de negócio com base nos impasses identificados pela população.

Neste contexto, é fundamental considerar também a atuação da Secretaria de Turismo do Maranhão (SETUR-MA) e outros órgãos públicos relacionados. Sua participação ativa e estratégica pode ser crucial para fomentar iniciativas que promovam o turismo interno, incentivem o empreendedorismo local e enderecem os desafios identificados pela população.

Uma dessas iniciativas é o roteiro "Segredos Históricos," promovido pela SETUR - MA em São Luís. Esses roteiros guiados, oferecem uma oportunidade única para turistas e ludovicenses explorarem os segredos históricos da cidade, contribuindo assim para a divulgação e valorização do patrimônio local. (SOUZA; PAES, 2023, p. 98)

Além disso, as expedições em municípios turísticos promovidas pela SETUR - MA representam mais uma iniciativa para fomentar o turismo local. Durante essas expedições, são realizadas diversas atividades, como reuniões com gestores de turismo, palestras sobre Turismo e Hospitalidade, visitas técnicas a pontos turísticos, cursos de capacitação, além de sensibilização em escolas. Essas ações não apenas enriquecem a oferta turística como também consolidam o compromisso da SETUR-MA com o desenvolvimento socioeconômico por meio do turismo. (GOVERNO DO MARANHÃO, 2023)

Dessa forma, as agências de viagens, desempenhando o papel de intermediárias na exploração desses destinos, devem colaborar de maneira estreita com os órgãos públicos. Juntos, podem desenvolver estratégias de negócio que atendam às necessidades da população e impulsionem de maneira sustentável o turismo no estado. A parceria entre setor privado e público emerge como um caminho promissor para potencializar as riquezas turísticas locais, beneficiando tanto a comunidade quanto o setor empresarial.

10 PLANO DE MARKETING

O sucesso do evento foi impulsionado por um plano de marketing eficaz, com destaque para a criação da logomarca. O banner, embora colocado apenas no dia do evento, desempenhou

papel estratégico, maximizando a exposição e criando uma atmosfera envolvente durante a realização. A logomarca, por sua vez, contribuiu para o reconhecimento duradouro mesmo após o evento, consolidando a eficácia da estratégia visual.

Figura 11 - Logomarca do evento



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

Figura 12 - Banner do evento



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

A presença online foi otimizada por meio das redes sociais, com destaque para o Instagram, reconhecido como um dos principais meios de comunicação atualmente, com um notável alcance de divulgação. Grupos específicos no WhatsApp foram utilizados para disseminar informações, garantindo uma abordagem direta e eficaz ao público-alvo.

Além disso, a abordagem física foi explorada com a produção de cartazes distribuídos estrategicamente nas instalações da Fábrica Santa Amélia, próximos a salas e corredores frequentados pelos alunos. E a distribuição manual de 50 folhetos informativos em menor escala, entregando pessoalmente aos alunos dos cursos de Hotelaria e Turismo. Essa estratégia visava proporcionar acesso fácil e rápido a informações detalhadas sobre o evento.

No evento, os participantes receberam marcadores de página como uma lembrancinha, os marcadores serviram como uma recordação funcional, fortalecendo a presença da marca de maneira memorável. A iniciativa enriqueceu a experiência do público e estabeleceu uma conexão significativa com a identidade do evento.

Figura 13 - Marcadores



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

O resultado desse plano abrangente foi uma maior conscientização e participação dos alunos, enriquecendo a experiência do evento e cumprindo seus objetivos de disseminar conhecimento e estimular a interação na comunidade acadêmica.

Figura 14 - Instagram do Evento



FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

Figura 15 - Cartaz do Evento



FONTE: Trabalho de Campo, 2023

11 ORÇAMENTO DO EVENTO

A equipe organizadora foi responsável pela principal fonte de recursos para este evento, contando também com o valioso apoio da Universidade Federal do Maranhão - UFMA em conjunto com Núcleo de Projetos e Pesquisa em Hotelaria - NuPPHo e da Gráfica Universitária da UFMA, cujas contribuições foram fundamentais para o êxito do evento. Apesar dos desafios inerentes à organização de eventos, a equipe enfrentou com determinação e superou as dificuldades para garantir o sucesso do projeto.

Tabela 1 - Orçamento de todos gastos durante a preparação do evento.

Orçamento do Evento				
ITEM	RESPONSÁVEL	QUANTIDADE	CUSTO UNITARIO (R\$)	CUSTO TOTAL(R\$)
Produtos do <i>Coffee-break</i>				
Água mineral	Equipe organizadora do evento	7	3,00	21,00
Refrigerante		2	7,00	14,00
Salgados		1	40,00	40,00
Bolo de trigo		1	12,00	12,00
Bolo de chocolate		1	15,00	15,00
Café		1	10,00	10,00
Suco		1	16,00	16,00
Copos 200 ml		1	5,00	5,00
Copos 50 ml		1	2,60	2,60
Talheres		2	2,50	5,00
Guardanapos		1	2,00	2,00
Equipamentos				
Notebook	NuPPHo	u	X	X
Caixa de Som	NuPPHo	1	X	X
Projetor	NuPPHo	1	X	X
Microfones	NuPPHo	3	X	X
Materiais Promocionais				
Banner	Equipe organizadora do evento	1	57,00	57,00
Cartazes A3	Gráfica Universitária (UFMA)	20	X	X

Panfletos	Gráfica Universitária (UFMA)	50	X	X
Instagram	Equipe organizadora do evento	Não se aplica	X	X
Outros				
Marcadores de página	Equipe organizadora do evento	50	0,90	45,00
Presente dos Convidados	Equipe organizadora do evento	5	20,00	100,00
Toalha de mesa	Equipe organizadora do evento	1	22,00	22,00
Total				366,60

FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

12 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Para a realização do evento "O trade turístico e as agências de viagens: contribuições e desafios para a realização de roteiros pelos maranhenses" seguiu-se o cronograma a seguir durante sua execução:

Tabela 2 - Cronograma do evento

SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DATA
Escrita do Projeto			15/09/23
Reunião com Orientador			20/09/23
Definição dos objetivos e propósito do evento			27/09/23
Identificação de palestrantes e definição das palestras			27/09/23
	Escolha da data e local		27/09/23
	Criação da arte e logotipo		04/10/23
	Desenvolvimento de materiais de divulgação		11/10/23
	Divulgação e Abertura das Inscrições		24/10/23

		Preparação de recursos e equipamentos para o evento	01/11/23
		Realização do Evento	16/11/23
		Pós-evento	22/11/23

FONTE: Trabalho de Campo, 2023.

13 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desfecho desta análise, destaca-se a importância do Seminário sobre "O Trade Turístico e as Agências de Viagens". O evento teve a participação destacada da Secretaria de Turismo do Maranhão (SETUR - MA), cujo representante apresentou valiosas contribuições durante uma palestra informativa. Além disso, a participação do diretor da Babaçu Viagens e Turismo acrescentou uma perspectiva prática e experiente às discussões sobre os desafios na construção de roteiros turísticos no estado.

Durante as discussões do evento, ficou evidente o panorama desafiador, abordando questões cruciais como a carência de infraestrutura e transporte, bem como as limitações financeiras que permeiam a experiência turística da população. Essas reflexões levaram à proposta estratégica de conduzir uma análise de mercado para identificar a classe consumidora do turismo no estado.

A sugestão subsequente de criar pacotes turísticos acessíveis, direcionados a grupos menos favorecidos, representa um passo estratégico na busca por soluções tangíveis, promovendo a democratização do lazer e do turismo. Os dados coletados durante a pesquisa, aliados ao expressivo interesse da população, enfatizam a importância de motivar efetivamente o cliente até a conclusão da compra. Nesse sentido, sugere-se a implementação de planos de marketing direcionados ao público local, estimulando e promovendo os destinos de maneira específica para a população, visando consolidar o interesse manifestado em ações concretas.

Além disso, a concepção do turismo como agente de transformação social desde seu estágio inicial destaca a necessidade de promover a educação social e o turismo nas escolas, bem como a implementação de programas em associação comunitária nos bairros. Esta abordagem proativa visa instigar uma compreensão mais holística e integrada do impacto social do turismo antes de sua inserção no mercado.

Ao servir como epicentro para tais discussões, o Seminário “O Trade Turístico e as Agências de Viagens” não apenas enriqueceu o entendimento sobre os desafios enfrentados no cenário turístico estadual, mas também incubou ideias e estratégias para uma abordagem mais inclusiva e sustentável no setor. Este evento não é apenas um ponto de convergência; é um marco que impulsiona a transformação e o aprimoramento contínuo no turismo local.

Ao término deste estudo, percebe-se a importância de direcionar esforços para compreender e atender às demandas específicas dos maranhenses no âmbito do trade turístico. A ênfase na divulgação efetiva dos atrativos turísticos, alinhada à autenticidade e respeito à identidade local, destaca-se como um elemento-chave para fomentar o interesse e a participação da comunidade local.

Nesse contexto, o estudo busca contribuir para a promoção do turismo no Maranhão, estimulando a criação de roteiros envolventes e acessíveis, enriquecendo não apenas a experiência dos turistas, mas também a dos maranhenses em sua própria terra, promovendo um turismo local autêntico e sustentável. Concluímos que a conscientização e promoção do turismo interno são passos cruciais para fortalecer a indústria turística maranhense, destacando a essencial colaboração entre agências de viagens, comunidade local e órgãos governamentais para criar um ambiente propício ao desenvolvimento do setor.

REFERÊNCIAS

ACERENZA, M. **Agencias de viajes**: organización y operación. México: Trillas, 1999.

ARAÚJO, Aneide Oliveira; OLIVEIRA, Marcelle Colares. **Tipos de pesquisa**. São Paulo, 1997.

BALANZÁ, I. & NADAL, M. (2003). **Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.

BRASIL. Ministério do Turismo. Deliberação Normativa nº 115, de 5 julho de 1983. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 7 jul. 1983. Seção 1, p. 1.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Roteirização Turística - Módulo operacional 7**. Brasília, 2007. Disponível

em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/promocao_e_apoio_a_comercializacao.pdf> Acesso em: 10 dez. 2023.

DOS SANTOS, Saulo Ribeiro; TEIXEIRA, Maria Gracinda Carvalho. **Análise do plano de desenvolvimento turístico do estado do Maranhão**: potencialidades e entraves na gestão de pólo turístico. Turismo-Visão e Ação, v. 11, n. 2, p. 218-241, 2009.

EXPEDIÇÕES de Turismo, da Setur-MA, visitaram 61 municípios maranhenses neste ano. 20 dez. 2023. Disponível em: <https://www.ma.gov.br/noticias/expedicoes-de-turismo-da-setur-ma-visitaram-61-municipios-maranhenses-neste-ano>. Acesso em: 23 dez. 2023.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1994.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr. 1995.

MACHADO, Denise Del Prá Netto; DREHER, Marialva Tomio; GORNI, Patrícia Monteiro. Inovação em serviços turísticos: a percepção desse processo em agências de viagens. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, p. 02 a 04-02 a 04, 2009.

Maranhão celebra ano de conquistas no turismo. Disponível em: <<https://oimparcial.com.br/noticias/2023/12/maranhao-celebra-ano-de-conquistas-no-turismo/>>. Acesso em: 23 dez. 2023.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo da Demanda Turística Internacional - 2013**. [2014]. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/demanda_turistica/internacional>. Acesso em: 10 dez. 2023

REBELO, Salete M. **Plano Municipal de Educação Turística – P.M.E.T.** – Um modelo para os municípios brasileiros de potencial turístico. Universidad Pontificia de Salamanca. Extracto de la Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias de la Educación. Salamanca, 1998.

SOUZA, J. A. X. de; PAES, M. T. D. CAMINHADAS GUIADAS PELO TURÍSTICO CENTRO HISTÓRICO DE SÃO LUÍS-MA – PAISAGEM: COMO SE FAZ. *Caminhos de Geografia*, Uberlândia, v. 24, n. 95, p. 97–112, 2023. DOI: 10.14393/RCG249566971. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/66971>. Acesso em: 23 dez. 2023.

TAVARES, A. D. M. **City-Tour**. São Paulo: Aleph, 2002